

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЖУРНАЛ

СТРАТЕГІЧНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

№ 6(17), 2023

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6

Наукове фахове видання

Періодичність виходу: 6 разів на рік

Дата заснування: грудень 1999 р.

Київ 2023

**Засновником видання «Журнал стратегічних економічних досліджень» є
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

Науковий фаховий журнал є правонаступником видання «Вісник Київського національного університету технологій та дизайну», який у свою чергу був правонаступником видання «Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности», який видавався з березня 1958 року у Київському технологічному інституті легкої промисловості (СРСР).

№ 6(17), 2023

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ №24821–14761 ПР від 19.04.2021р.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 993 від 24.07.2002 р.

Журнал входить до переліку наукових фахових видань.

Наказ МОН України від 27.09.2021 № 1017 (додаток 2). Категорія Б. Економічні науки. Спеціальності: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 241, 281 (від 2018 р.).

ISSN 2786-5398	Журнал зареєстровано в Міжнародному центрі періодичних видань (ISSN International Centre, Париж, Франція) Журнал реферується та індексується у наступних міжнародних базах даних: Library of Congress Online Catalog, International DOI Foundation, CrossRef, WorldCat, Google Scholar, Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Інституційний репозитарій Київського національного університету технологій та дизайну
Засновник і видавець:	Київський національний університет технологій та дизайну Україна, 01011, м. Київ, вул. Мала Шияновська, 2
Головний редактор:	Грищенко І.М. , доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки.
Заступник головного редактора:	Ганущак-Єфіменко Л.М. , д.е.н., професор, проректор з наукової та інноваційної діяльності, Лауреат премії Верховної ради України молодим ученим, Лауреат Національної премії України імені Бориса Патона.

Видання орієнтоване на науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також науково-практичних працівників і фахівців відповідних галузей промисловості.

Кривонос Олена Олександрівна – відповідальний секретар.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

01011, м. Київ, вул. Мала Шияновська, 2, корп. 1, к. 347

тел./факс: +38 (044) 256-21-39

e-mail: econ-vistnyk@knu.edu.ua; <http://econ-vistnyk.edu.ua>

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного університету технологій та дизайну, протокол № 5 від 22.11.2023 р.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за переклад, достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Передруки та переклади статей дозволяються лише за згодою автора (-ів) та редакції.

© **Київський національний університет технологій та дизайну, 2023**

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

JOURNAL
of STRATEGIC ECONOMIC
RESEARCH

№ 6(17), 2023

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6

Scientific Specialized Edition

Issued: 6 times a year

Founded: December, 1999

Kyiv 2023

The owner of «Journal of Strategic Economic Research» is

KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGIES AND DESIGN

This Scientific Specialized Journal is the successor of the edition "Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design", which in turn was the legal successor of the edition «Proceedings of Higher educational establishments. Technology of the light industry», which was published by Kiev Technological Institute of Light Industry from March, 1958 (USSR).

№ 6(17), 2023 The state registration of print media is KB № 24821-14761 ПП, originating date 19.04.2021
License for publishing activity is ДК №993, originating date 24.07.2002
The journal is listed & reregistered in Higher Attestation Commission of Ukraine: № 1017 dated 27.09.2021 in the list of professional publications: cat. B, technical specialties – economical specialties: 051, 071, 072, 073, 075, 076, 241, 281 (from 2018).

ISSN 2786-5398 The journal is registered in ISSN International Centre, Paris
The journal is abstracted and indexed by Library of Congress Online Catalog, International DOI Foundation, CrossRef, WorldCat, Google Scholar, The Vernadsky National Library of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design Institutional Repository

Owner and Publisher: Kyiv National University of Technologies and Design
Ukraine, 01011, Kyiv, 2, Mala Shyianovska, Str.

Editor-in-Chief: **Ivan M. Gryshchenko** – Dr., professor, academician National Academy of Pedagogical Sciences Ukraine, Honored Worker of Education of Ukraine, Laureate of the State Prize of Ukraine in science and technology.

Deputy Editor: **Liudmyla M. Hanushchak-Yefimenko** – Dr., professor, Laureate of the Prize of the Verkhovna Rada of Ukraine for young scientists, Laureate of the Boris Paton National Prize of Ukraine.

Economics & Business Management. Higher Education: progress, problems and prospects.

The journal is aimed at a wide range of researchers, professors, students, and graduate students and to bring the results of scientific research carried out under a variety of intellectual traditions and organizations of procedures to the attention of a specialized readership.

EDITORIAL OFFICE:

01011, Ukraine, Kyiv, 2, Mala Shyianovska, Str., office 1-0347

Tel./fax: +38 (044) 256-21-39

e-mail: econ-vistnyk@knutd.edu.ua; <http://econ-vistnyk.knutd.edu.ua>

Recommendations from Science Council of Kyiv National University of Technologies and Design, Protocol № 5 of 22.11.2023

Articles are published in the original language. The authors are responsible for the translation, authenticity of facts, quotations, proper names, geographic names, names of enterprises and other information.

The Editorial Office and author's consent needed prior to republishing or translating the articles.

© Kyiv National University of Technologies and Design, 2023

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ
наукового фахового видання
«ЖУРНАЛ СТРАТЕГІЧНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»
(JOURNAL OF STRATEGIC ECONOMIC RESEARCH)

Головний редактор:

Грищенко Іван Михайлович – доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, Лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна, ORCID 0000-0001-7572-4757.

Заступник головного редактора:

Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна – доктор економічних наук, професор, Лауреат Національної премії України імені Бориса Патона, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна, ORCID 0000-0002-4458-2984.

Члени редакційної колегії:

Гавриш Олег Анатолійович – доктор технічних наук, професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна; ORCID 0000-0002-1961-3267.

Белялов Талят Енверович – доктор економічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-4019-755X.

Жигалкевич Жанна Михайлівна – доктор технічних наук, професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна; ORCID 0000-0002-5847-1302

Касич Алла Олександрівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0001-7019-1541.

Лепейко Тетяна Іванівна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна; ORCID 0000-0001-8667-509X.

Мягких Ірина Миколаївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-3868-9643.

Ольшанська Олександра Володимирівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-1535-7742.

Онегіна Вікторія Михайлівна – доктор економічних наук, професор, Державний біотехнологічний університет, Україна; ORCID 0000-0001-9467-9808.

Радіонова Наталія Йосипівна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0002-8855-2963.

Тарасенко Ірина Олексіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0003-3626-4377.

Шкода Мар'яна Сергіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; ORCID 0000-0002-7356-4320.

Dietmar Vahs – PhD, Professor, Germany.

Giorgi Gvartadze – Full Professor, Akakii Tsereteli State University, Full Professor, Kutaisi University of Law and Economics, Georgia; ORCID 0000-0001-6080-0163.

Hendrik S. Doss – PhD, Professor, Germany.

Plavčan Peter – Prof., CSc., Ing., Danubius University in Sládkovičovo, Slovak Republic; ORCID 0000-0001-7088-6108.

Rafał Rebilas – PhD, Vice-Rector, Akademia WSB, Dąbrowa Górnicza, Poland; ORCID 0000-0001-7926-1155.

Skibniewski Mirosław – Prof., Ph.D., Dr.h.c., Honor. Prof., University of Maryland, College Park, USA; ORCID 0000-0002-7102-753X.

William H. Meyers – Emeritus Professor of Agricultural & Applied Economics Food and Agricultural Policy Research Institute, USA; ORCID 0000-0003-0952-5578.

Zdzisława Dacko-Pikiewicz – Professor, Rector University of Dąbrowa Górnicza, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Poland; ORCID 0000-0003-4542-5574.

Krzysztof Zalewski – PhD in Economics, International University of Applied Sciences in Łomża, Poland; ORCID 0000-0001-5580-483X.

Ireneusz Żuchowski – PhD in Economics, Professor, International University of Applied Sciences in Łomża, Poland; ORCID 0000-0002-3998-1892.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

01011, м. Київ, вул. Мала Шияновська, 2, корп. 1, к. 347

тел./факс: +38 (044) 256-21-39; e-mail: econ-vistnyk@knu.edu.ua; <http://econ-vistnyk.knu.edu.ua>

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6

ЗМІСТ

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | Батченко Л. В., Штулер І. Ю., Баула О. В.
Соціальна відповідальність інклюзивної освіти закладів вищої освіти в умовах військового конфлікту | 8 |
| 2 | Ганущак-Єфіменко Л. М., Галавська Л. Є., Арабулі С. І.
Професійне здоров'я викладача як основа благополуччя ефективної педагогічної діяльності та запорука розвитку соціальної відповідальності закладу вищої освіти в умовах війни | 17 |
| 3 | Десятнюк О. М., Крисоватий А. І., Птащенко О. В.
Розвиток фінансового інструментарію бізнесу в умовах цифрової інклюзії | 28 |
| ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ | | |
| 4 | Балюк Ю. С.
Методичне забезпечення формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств | 38 |
| 5 | Буяк Л. А.
Сучасні тенденції та основні теоретичні підходи до цифрової трансформації агробізнесу | 50 |
| 6 | Гавкалова Н. Л.
Технологічні трансформації агропромислового сектору національної економіки в контексті переходу до смарт технологій | 63 |
| 7 | Жигалкевич Ж. М., Романовська В. В.
Особливості формування політики просування на міжнародних ринках | 71 |
| 8 | Карпик Я. М., Імнадзе І. Н.
Глобальний високотехнологічний ринок: діяльність транснаціональних корпорацій та цифровізація | 82 |
| 9 | Крисоватий І. А.
Особливості розвитку урбаністики: цифровізація та трансформаційні зміни | 90 |
| 10 | Ольшанська О. В., Пузирьова П. В., Шевченко О. О.
Туристична індустрія України у повоєнний період: ключові напрями відновлення та чинники впливу в європейському векторі розвитку | 99 |
| 11 | Олешко А. А., Чернаєнко Д. В.
Теоретичні основи розбудови SMART-міст України в трансформаційній економіці | 108 |
| 12 | Семененко І. М., Сєребряк К. І., Бурко Я. В.
Партисипативність процесів відновлення і розвитку громад України | 116 |
| 13 | Титикало В. С.
Інноваційні передумови формування стратегії розвитку бренду компанії | 125 |
| СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ | | |
| 14 | Бунда О. М., Матюха М. М.
Цифровізація системи бухгалтерського обліку підприємства | 133 |
| 15 | Войтенко О. А., Жигалкевич Ж. М.
Маркетингові дослідження виведення нового товару на ринок сільськогосподарської продукції | 143 |
| 16 | Ганущак-Єфіменко Л. М., Арабулі С. І., Фастовець Н. В., Баула О. В.
Особливості формування вітчизняної моделі корпоративної соціальної відповідальності у закладах вищої освіти | 158 |
| 17 | Ганущак Р. М., Маргасова В. Г.
Інноваційні стратегії розвитку бізнесу в умовах повоєнного відновлення економіки України | 166 |
| 18 | Городянська Л. В.
Відтворення економічних ресурсів підприємства в інноваційному процесі | 177 |
| 19 | Мосумова А. К. кизи, Пурей Є. Ю.
Ефективність бізнесу в умовах цифровізації: маркетинговий аспект | 187 |
| 20 | Семенюк О. А., Семенюк Л. Л.
Туристичні дестинації: стратегії розвитку та реклами | 197 |
| 21 | Терещенко С. І., Євтушенко А. М.
Логістичний ланцюг постачання: управління та оптимізація | 207 |

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6

TABLE OF CONTENTS
MODERNIZATION OF EDUCATION

1	Batchenko L. V., Shtuler I. Yu., Baula O. V. Social responsibility of inclusive education of higher education institutions in conditions of military conflict	8
2	Hanushchak-Yefimenko L. M., Halavska L. Ye., Arabuli S. I. The professional health of the teacher as the basis of the well-being of effective pedagogical activity and the guarantee of the development of social responsibility of the institution of higher education in the conditions of war	17
3	Desyatnyuk O. M., Krysovatty A. I., Ptashchenko O. V. Development of business financial instruments in conditions of digital inclusion	28

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY

4	Baliuk Y. S. Methodological ensuring the formation of the development strategy of the export-import activities of enterprises	38
5	Buiak L. A. Modern trends and main theoretical approaches to the digital transformation of agribusiness	50
6	Gavkalova N. L. Technological transformations of the agricultural sector national economy in the context of the transition to smart technologies	63
7	Zhygalkevych Zh. M., Romanovska V. V. Features of promotion policy formation on international markets	71
8	Karpyk Ya. M., Imnadze I. N. Global high-tech market: activities of transnational corporations and digitalization	82
9	Krysovatty I. A. Features of the development of urban planning: digitalization and transformational changes	90
10	Olshanska O. V., Puzyrova P. V., Shevchenko O. O. The tourist industry of Ukraine in the post-war period: key directions of recovery and factors of influence in the european vector of development	99
11	Oleshko A. A., Chernaienko D. V. Theoretical foundations of the smart cities development in the transformational economy	108
12	Semenenko I. M., Sieriebriak K. I., Burko Ia. V. Participatory nature of recovery and development processes of ukrainian communities	116
13	Tytykalo V. S. Innovative prerequisites for the formation of the company's brand development strategy	125

MODERN TENDENCIES AND MANAGEMENT PROBLEMS

14	Bunda O. M., Matiukha M. M. Digitalization of the accounting system of the enterprise	133
15	Voitenko O. A., Zhygalkevych Zh. M. Marketing research introducing new goods to the agricultural product market	143
16	Hanushchak-Yefimenko L. M., Arabuli S. I., Fastovets N. V., Baula O. V. Peculiarities of the formation of the domestic model of corporate social responsibility in institutions of higher education	158
17	Hanushchak R. M., Margasova V. H. Innovative business development strategies in the conditions of the post-war economic recovery of Ukraine	166
18	Gorodianska L. V. Renew of the economic resources of the enterprise in the innovative process	177
19	Mosumova A. K. kyzy, Purey E. Yu. Business efficiency in the conditions of digitalization: marketing aspect	187
20	Semeniuk O. A., Semeniuk L. L. Tourist destinations: development and advertising strategies	197
21	Tereshchenko S. I., Evtushenko A. M. Supply chain logistics: management and optimization	207

УДК 376:378

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.1

Людмила В. Батченко

Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

Ірина Ю. Штулер, Олексій В. Баула

Вищий навчальний заклад «Національна академія управління», Київ, Україна

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ ЗАКЛАДІВ
ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО КОНФЛІКТУ**

Інклюзивна освіта є ключовим елементом сучасної освітньої системи, що спрямована на забезпечення рівних можливостей та доступу до якісної освіти для всіх студентів, незалежно від їхніх особливих потреб. У контексті військового конфлікту, виклики, з якими стикаються заклади вищої освіти, стають особливо актуальними та вимагають невідкладних та ефективних рішень. Це дослідження спрямоване на аналіз сучасного стану інклюзивної освіти в умовах військового конфлікту, оцінку соціальної відповідальності університетів у таких умовах, а також визначення перспектив і напрямків подальших досліджень у цій важливій галузі. Гіпотеза дослідження полягає у тому, що інтеграція ефективних стратегій інклюзивної освіти, адаптованих до умов військового конфлікту, може значно покращити якість освіти та забезпечити рівний доступ до навчання для всіх студентів, включаючи осіб з особливими освітніми потребами. Метою дослідження є аналіз впливу військового конфлікту на інклюзивну освіту в закладах вищої освіти, визначення стратегій підвищення її ефективності та соціальної відповідальності, а також вивчення перспектив і напрямків подальших досліджень в цій сфері. Методи дослідження включали аналіз наукової літератури, що стосується інклюзивної освіти та її викликів у контексті військового конфлікту, проведення опитувань серед фахівців у галузі освіти, а також аналіз статистичних даних щодо впливу військових конфліктів на освітній процес. Додатково були використані методи кейс-стаді для вивчення конкретних прикладів інклюзивної освіти в умовах конфлікту. Результати дослідження показали, що військовий конфлікт суттєво ускладнює забезпечення інклюзивної освіти в закладах вищої освіти. Виявлено необхідність адаптації освітніх програм і методів до умов конфлікту, зокрема через впровадження гнучких навчальних планів та використання дистанційних технологій. Також підкреслюється важливість соціальної відповідальності університетів у забезпеченні доступу до освіти для всіх студентів, включаючи осіб з особливими освітніми потребами. Висновки дослідження свідчать про значні виклики, які виникають перед інклюзивною освітою в умовах військового конфлікту. Однак, існують ефективні стратегії адаптації та інновації, здатні забезпечити доступність та якість освіти для всіх студентів. Важливою є соціальна відповідальність університетів, а також необхідність інтеграції гнучких навчальних підходів та дистанційних технологій. Дослідження також вказує на потребу подальших досліджень в цій галузі, зокрема в контексті розробки ефективних політик та програм підтримки інклюзивної освіти.

Ключові слова: *інклюзивна освіта; вища освіта; військовий конфлікт; соціальна відповідальність; освітні стратегії.*

Liudmila V. Batchenko

Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine

Iryna Yu. Shtuler, Oleksii V. Baula

National Academy of Management, Kyiv, Ukraine

**SOCIAL RESPONSIBILITY OF INCLUSIVE EDUCATION OF HIGHER EDUCATION
INSTITUTIONS IN CONDITIONS OF MILITARY CONFLICT**

Inclusive education is a key element of the modern educational system, aimed at ensuring equal opportunities and access to quality education for all students, regardless of their specific needs. In the context of military conflict, the challenges faced by higher education institutions become particularly acute and require urgent and effective solutions. This research is focused on analyzing the current state of inclusive education in the conditions of military conflict, evaluating the social responsibility of universities in such circumstances, and identifying prospects and directions for further research in this important field. The hypothesis of the study is that the integration of effective inclusive education strategies, adapted to the conditions of military conflict, can significantly improve the quality of education and ensure equal access to learning for all students, including those with special educational needs. The purpose of the study is to analyze the impact of military conflict on inclusive education in higher education institutions, identify strategies to enhance its effectiveness and social responsibility, and explore prospects and directions for further research in this field. The research methods included the analysis of scientific literature related to inclusive education and its challenges in the context of military conflict, conducting surveys among education professionals, and analyzing statistical data on the impact of military conflicts on the educational process. Additionally, case study methods were used to examine specific examples of inclusive education in conflict conditions. The results of the study showed that military conflict significantly complicates the provision of inclusive education in higher education institutions. The need to adapt educational programs and methods to conflict conditions was identified, particularly through the implementation of flexible curricula and the use of distance learning technologies. The importance of the social responsibility of universities in ensuring access to education for all students, including those with special educational needs, is also emphasized. The conclusions of the study indicate significant challenges that arise for inclusive education in the context of military conflict. However, there are effective strategies for adaptation and innovation capable of ensuring accessibility and quality of education for all students. The social responsibility of universities is crucial, as well as the need to integrate flexible educational approaches and distance learning technologies. The research also highlights the need for further studies in this field, particularly in the context of developing effective policies and support programs for inclusive education.

Keywords: *inclusive education; higher education; military conflict; social responsibility; educational strategies.*

Постановка проблеми. В умовах стрімкого розвитку та змін у сучасному світі, інклюзивна освіта набуває особливої актуальності та значення. Інклюзивна освіта, яка передбачає доступ та рівні можливості для навчання всіх студентів, незалежно від їхніх фізичних, інтелектуальних, соціальних, емоційних чи мовних особливостей, є ключовим елементом сучасної освітньої системи. Проблема полягає в тому, що, незважаючи на зростаюче розуміння та прийняття інклюзивної освіти як необхідної умови для розвитку включеного та справедливого суспільства, багато країн, у тому числі і Україна, все ще стикаються з викликами у її реалізації. Ці виклики включають нестачу ресурсів, необхідних для підтримки інклюзивних програм, обмежені можливості підготовки педагогів, недостатнє усвідомлення та підтримка інклюзивної освіти на рівні політики та практики. Особливу увагу потрібно звернути на визначення та аналіз інклюзивної освіти в контексті сучасного суспільства, її ролі та значення для забезпечення рівних можливостей у навчанні та розвитку кожної особистості, що є основоположним принципом сучасної освітньої системи.

Військові конфлікти, що відбуваються у різних куточках світу, мають значний вплив на всі сфери життя суспільства, включаючи систему вищої освіти. Конфлікти призводять до переривань у навчальному процесі, пошкодження або знищення освітньої інфраструктури, а

також до вимушеної міграції студентів та викладачів. Ці фактори роблять доступ до якісної вищої освіти складнішим і часто залишають цілі покоління без можливості отримати освіту. В умовах військового конфлікту, важливість інклюзивної освіти і соціальної відповідальності закладів вищої освіти набуває нових вимірів. Військові дії ставлять перед університетами завдання не тільки продовжувати надавати освітні послуги, але й адаптуватися до потреб студентів, які опинились у складних життєвих обставинах. Це означає забезпечення доступу до освіти для студентів, які втратили свої домівки, переживають травми або мають інші складнощі, пов'язані з війною. Водночас, військовий конфлікт вимагає від закладів вищої освіти активізувати свою роль у підтримці миру та реконструкції суспільства, а також розвивати програми, які б відповідали на потреби часу, зокрема, в областях психологічної підтримки, реабілітації та розвитку громадянського суспільства.

Аналіз останніх досліджень та невирішена частина проблеми. Останні дослідження в галузі інклюзивної освіти вказують на значний прогрес у цій області, проте водночас виявляють низку невирішених проблем та викликів. Розглянемо деякі ключові роботи, що були опубліковані в останні роки. О.В. Мартинчук (2018) висвітлює актуальність підготовки фахівців до роботи в інклюзивному освітньому просторі. Проте, дослідження показує, що існує недостатність ресурсів та методик для ефективної підготовки педагогів [1]. Г.В. Давиденко (2023) розглядає концепцію цифрової інклюзії, акцентуючи на необхідності соціальної діджиталізації. Втім, виклик полягає в тому, щоб забезпечити рівний доступ до цифрових ресурсів для всіх студентів [2]. О.А. Комар та В.С. Пісняк (2023) зосереджуються на актуальних питаннях інклюзивної освіти, проте відзначають, що існують бар'єри у розумінні та прийнятті інклюзивних практик у суспільстві [3].

Національна стратегія розвитку інклюзивного навчання на 2023–2030 роки надає рамки для розвитку, але водночас потребує деталізації планів та механізмів їх впровадження [4]. Постанова Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 р. № 635 є важливим кроком до організації інклюзивного навчання, однак потребує додаткових досліджень для оцінки її ефективності [5]. А. Kefallinou та інші (2020) вказують на важливість розуміння цінності інклюзивної освіти, проте зазначають, що існує потреба у більш глибокому дослідженні механізмів її імплементації [6]. Т. Namanyane та М. Shaoan (2021) проводять огляд літератури з визначень інклюзивної освіти, що свідчить про різноманітність підходів та виклики в уніфікації цих підходів [7]. L.R. Rosa та A.B. Menezes (2019) досліджують включення та соціальну взаємодію в освіті, підкреслюючи необхідність подальших досліджень для розуміння цих процесів [8]. Т. Sharova та інші (2023) аналізують інклюзію в літературі України, вказуючи на значні прогалини у дослідженні теми [9]. Р.К. Jayathilakan та М.А. Jinnah (2019) розглядають роль літератури у інклюзивній освіті, проте зазначають, що потрібно більше досліджень щодо її практичного застосування [10]. О. Kolodiziev та інші (2023) висвітлюють соціальну відповідальність вищої освіти в умовах воєнного стану, що актуалізує потребу в оцінці впливу воєнних конфліктів на інклюзивну освіту [11]. І.В. Гевко (2019) аналізує інклюзивну освіту в Україні, вказуючи на значні виклики у її розвитку [12]. Є. Ніколаєв, Г. Рій та І. Шемелинець (2023) досліджують зміни вищої освіти через війну, що відкриває шлях для аналізу адаптації інклюзивної освіти до нових умов [13]. Ці дослідження відкривають широке поле для аналізу невирішених проблем інклюзивної освіти, таких як необхідність адаптації до змінених умов, розробки ефективних підходів до навчання студентів з особливими потребами, виклики забезпечення рівного доступу до освіти в умовах конфлікту та багато інших.

На основі аналізу наведених досліджень можна визначити кілька ключових проблем, які не були повністю вирішені або були частково вирішені у цих публікаціях. Недостатня

розробка практичних методик для ефективної інклюзії. Багато досліджень акцентують на теоретичних аспектах інклюзивної освіти, але не надають достатньо практичних інструментів або методик, які б можна було легко застосувати в умовах реального навчального процесу. Адаптація інклюзивної освіти до умов військового конфлікту. Окремі дослідження торкаються впливу військового конфлікту на вищу освіту, проте не розглядають детально, як інклюзивні освітні практики можуть бути адаптовані та застосовані в таких умовах. Забезпечення рівного доступу до освітніх ресурсів. Ця проблема частково висвітлюється в контексті цифрової інклюзії, але все ще залишається відкритою з точки зору широкого доступу до якісної освіти для всіх категорій студентів, особливо в умовах обмежених ресурсів. Ефективність та оцінка впроваджених політик і програм. Хоча існують певні законодавчі акти та стратегії, практична їх оцінка та аналіз ефективності впровадження залишаються недостатньо розробленими. Психологічна підтримка та соціальна адаптація студентів з особливими потребами. Визнання та вирішення психологічних і соціальних викликів, з якими можуть стикатися студенти в інклюзивному середовищі, особливо в умовах кризи або конфлікту, залишається недостатньо дослідженим. Інтеграція інклюзивної освіти в загальну стратегію розвитку вищої освіти. Багато досліджень концентруються на окремих аспектах інклюзії, але не враховують її інтеграцію як невід'ємної частини загальної стратегії розвитку вищої освіти. Ці нерозв'язані або частково вирішені проблеми вказують на необхідність подальших досліджень та розробки конкретних рішень, які б допомогли покращити практику інклюзивної освіти та її впровадження в умовах різних суспільних та політичних викликів.

Мета дослідження полягає в комплексному аналізі стану інклюзивної освіти в закладах вищої освіти, особливо в контексті військового конфлікту, та визначенні стратегій підвищення її ефективності та соціальної відповідальності.

Результати дослідження. Соціальна відповідальність у контексті вищої освіти означає зобов'язання університетів діяти в інтересах суспільства, враховуючи потреби всіх своїх стейкхолдерів, включаючи студентів, викладачів, персонал, а також ширшу спільноту. Це передбачає забезпечення якісної освіти, проведення досліджень, які вирішують актуальні соціальні проблеми, та активну участь у суспільному житті. Теоретично, соціальна відповідальність охоплює також впровадження принципів сталого розвитку та інклюзивності у всі аспекти університетської діяльності.

Інклюзивна освіта є ключовим компонентом соціальної відповідальності вищих навчальних закладів. Вона передбачає забезпечення рівного доступу до освітніх можливостей для всіх студентів, незалежно від їх фізичних, інтелектуальних, соціальних, етнічних або інших особливостей. Університети, які впроваджують інклюзивні практики, не лише сприяють рівності та справедливості, але й готують студентів до життя та роботи в різноманітному суспільстві.

Військовий конфлікт ставить перед вищою освітою низку викликів, які включають забезпечення безпеки студентів та персоналу, збереження освітньої інфраструктури, а також адаптацію навчальних програм до змінених умов. Одночасно, військові конфлікти можуть створювати можливості для розвитку нових навчальних програм, спрямованих на вирішення конфліктів, побудову миру, психологічну підтримку та соціальну реконструкцію. Також це час для закладів вищої освіти проявити свою соціальну відповідальність, надаючи підтримку не тільки своїм студентам і персоналу, але й ширшій спільноті, що постраждала від конфлікту.

Військовий конфлікт суттєво впливає на систему освіти, зокрема на можливості забезпечення інклюзивної освіти. Під час конфліктів часто спостерігається порушення доступу до освіти, знищення інфраструктури та переривання навчального процесу. Студенти

з особливими потребами можуть відчувати ще більші труднощі через відсутність необхідної підтримки та ресурсів. Важливо аналізувати, які заходи вживаються для забезпечення континуїтету освіти та доступності навчання для всіх студентів у таких умовах.

Існують випадки, коли університети та інші освітні установи успішно адаптували свої інклюзивні програми до умов військового конфлікту. Це включає в себе використання дистанційних технологій для навчання, створення спеціальних програм підтримки для студентів, які постраждали від конфлікту, та розробку гнучких навчальних планів. Такі приклади можуть служити основою для розробки ефективних стратегій інклюзивної освіти в умовах кризи.

Історичні приклади адаптації інклюзивної освіти в умовах військового конфлікту та криз:

Освіта для дітей біженців під час Сирійської війни. Велика кількість сирійських дітей, які стали біженцями під час війни в Сирії, втратили доступ до освіти. Відповіддю на цю кризу стало створення освітніх програм в країнах прийому, зокрема в Лівані, Йорданії та Туреччині, де були запроваджені спеціальні класи для біженців і розроблені інклюзивні програми, що враховують їхні культурні та мовні особливості.

Освіта в Україні під час конфлікту. Військовий конфлікт в Україні призвів до переселення великої кількості осіб, включаючи дітей шкільного віку. Українська влада і освітні заклади працюють над створенням умов для продовження освіти цих дітей, в тому числі забезпеченням доступу до шкіл, адаптацією навчальних програм і психологічною підтримкою.

Розгортання програм вищої освіти для афганських жінок під час Талібанського режиму. Під час правління Талібану в Афганістані, доступ жінок до освіти був сильно обмежений. В цей час були створені підпільні школи та університети, що давали можливість жінкам продовжити навчання. Після відступу Талібану, ці ініціативи лягли в основу відновлення доступу жінок до освіти.

Розвиток освіти в Руанді після геноциду 1994 року. Після геноциду в Руанді, країна зіткнулася з необхідністю відновлення своєї освітньої системи. Зусилля були спрямовані на створення інклюзивних освітніх програм, які б сприяли примиренню та соціальній згуртованості, зокрема через інтеграцію викладання про геноцид і права людини в шкільні програми.

Ці приклади демонструють, як у різних частинах світу в умовах військових конфліктів та криз були реалізовані ініціативи, спрямовані на забезпечення доступу до інклюзивної освіти та адаптацію освітніх систем до складних умов.

Студенти з особливими потребами можуть стикатися з унікальними викликами під час військових конфліктів, включаючи обмежений доступ до спеціальних освітніх ресурсів та послуг, відсутність психологічної підтримки, труднощі з фізичним доступом до освітніх закладів та неможливість продовжувати навчання у звичайному режимі. Важливо обговорити ці виклики та розробити стратегії їх вирішення, щоб забезпечити, що інклюзивна освіта залишається доступною та ефективною навіть у найскладніших умовах.

Стратегії підтримки інклюзивної освіти в умовах військового конфлікту.

Гнучкість навчальних програм та методик. Університетам важливо адаптувати навчальні програми, зробивши їх більш гнучкими та доступними для студентів, які зазнали впливу конфлікту. Це може включати дистанційне навчання, гнучкий графік занять та індивідуальні підходи до навчання.

Психологічна підтримка. Важливо забезпечити студентам належну психологічну підтримку, щоб допомогти їм впоратися з травмами, пов'язаними з конфліктом.

Забезпечення фізичного доступу та безпеки. Належні заходи безпеки та доступності для студентів з обмеженими можливостями є критично важливими для підтримки інклюзивної освіти в умовах конфлікту.

Впровадження інклюзивних технологій.: Використання технологій, які можуть полегшити навчання для студентів з різними потребами, наприклад, програми читання для незрячих або програми для людей з порушеннями слуху.

Підготовка викладачів. Організація спеціальних тренінгів для викладачів з інклюзивної освіти, щоб вони могли краще розуміти та відповідати на потреби своїх студентів.

Створення інклюзивного навчального середовища. Університетам потрібно створювати середовище, в якому всі студенти відчувають себе включеними та підтриманими.

Міжнародний досвід та його значення для української системи освіти.

Українським університетам важливо вивчати міжнародний досвід з інклюзивної освіти, особливо ті практики, які були успішно застосовані в умовах конфліктів або криз.

Приклади міжнародного досвіду в сфері інклюзивної освіти, які можуть бути корисними для української системи освіти:

Швеція – Інтегрована система інклюзивної освіти. Швеція відома своєю інтегрованою системою інклюзивної освіти, де діти з особливими освітніми потребами навчаються разом з іншими учнями. Це досягається за допомогою індивідуальних навчальних планів та залучення спеціалізованих педагогів.

США – Закон про освіту осіб з інвалідністю (IDEA). В США діє Закон про освіту осіб з інвалідністю (IDEA), який забезпечує дітям з особливими потребами право на безкоштовну та відповідну громадську освіту. Закон вимагає від шкіл створення індивідуальних навчальних планів для кожної дитини.

Фінляндія – Система ранньої підтримки. Фінляндія має одну з найефективніших систем освіти у світі, де великий акцент робиться на ранню підтримку учнів з особливими потребами. Це дозволяє швидко виявляти та задовольняти їхні освітні потреби.

Канада – Підхід до багатокультурної інклюзії. Канада відзначається багатокультурним підходом до освіти, забезпечуючи підтримку учням різних етнічних груп. Це включає розробку спеціальних програм для дітей-іммігрантів та використання мультикультурних методик навчання.

Норвегія – Універсальне проектування навчання. В Норвегії активно використовується концепція універсального проектування навчання, яка передбачає створення освітніх матеріалів та середовища, доступних для всіх учнів, незалежно від їхніх особливих потреб.

Ці міжнародні приклади можуть надихнути Україну на розвиток інклюзивної освіти, орієнтованої на потреби всіх учнів, забезпечуючи їм рівні можливості та доступ до якісної освіти. Співпраця з міжнародними освітніми організаціями може допомогти у впровадженні інноваційних підходів та обміні кращими практиками. Активна участь у міжнародних проєктах з інклюзивної освіти може збільшити ресурси та знання, доступні для українських університетів.

Висновки. Військовий конфлікт суттєво ускладнює забезпечення інклюзивної освіти, приводячи до перешкод в доступі до освітніх ресурсів, знищення інфраструктури та психологічних труднощів серед студентів. Однак, також виявлено, що в умовах конфлікту існують можливості для адаптації та інновацій у галузі інклюзивної освіти, зокрема через використання дистанційних технологій та гнучких підходів до навчання.

Соціальна відповідальність університетів у часи військового конфлікту набуває особливого значення. Університети повинні не лише продовжувати надавати освітні послуги,

але й активно адаптуватися до змінених потреб суспільства, забезпечуючи доступ та підтримку всім категоріям студентів, особливо тим, хто найбільше потребує допомоги та підтримки в умовах кризи.

Подальші дослідження в галузі інклюзивної освіти повинні зосереджуватися на розробці ефективних стратегій і методик, які враховують умови військового конфлікту. Це включає вивчення міжнародного досвіду, розробку інноваційних технологічних рішень, а також дослідження психологічних аспектів навчання в умовах стресу та кризи. Важливо також зосередитися на розробці політик та програм, які сприяють соціальній відповідальності університетів та підтримці всіх груп студентів, зокрема тих, хто зазнає найбільшого впливу від конфлікту.

References

Література

- | | |
|--|---|
| <p>1. Martynchuk, O. V. (2018). Aktualizatsiia problemy pidhotovky fakhivtsiv zi spetsialnoi osvity do diialnosti v inkluzyvnomu osvitnomu prostori [Actualization of the problem of training specialists in special education for activities in the inclusive educational space]. <i>Naukovyi chasopys NPU imeni MP Drahomanova. Seriiia Korektsiina pedahohika ta spetsialna psykhohiia: zb. naukovykh prats = Scientific journal of MP Drahomanov NPU. Series Correctional pedagogy and special psychology: a collection of scientific papers</i>, Vol. 19, P. 74–83 [in Ukrainian].</p> <p>2. Davydenko, H. V. (2023). Tsyfrova inkluziia ta dostupnist: sotsialna didzhytalizatsiia: monohrafiia [Digital Inclusion and Accessibility: Social Digitization: A Monograph]. Vinnytsia: TVORY. 240 p. [in Ukrainian].</p> <p>3. Komar, O. A., Pisniak, V. S. (2023). Aktualni pytannia inkluzyvnoi osvity: osnovni vektory [Current issues of inclusive education: main vectors]. <i>Akademichni vizii = Academic Visions</i>, Vol. 17. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/248/212 [in Ukrainian].</p> <p>4. Natsionalna stratehiia rozvytku inkluzyvnoho navchannia na 2023–2030 roky: proiekt [National strategy for the development of inclusive education for 2023–2030: project]. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennia/2023/06/13/NO-proyekt.Nats.strat.rozv.inklyuzyvn.navch.2023-2030-13.06.2023.docx [in Ukrainian].</p> <p>5. Pro zatverdzhennia Poriadku orhanizatsii inkluzyvnoho navchannia u zakladakh vyshchoi osvity: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10.07.2019 № 635 [On the approval of the Procedure for organizing inclusive education in higher education institutions: Resolution of the Cabinet of Ministers of</p> | <p>1. Мартинчук О. В. Актуалізація проблеми підготовки фахівців зі спеціальної освіти до діяльності в інклюзивному освітньому просторі. <i>Науковий часопис НПУ імені МП Драгоманова. Серія Корекційна педагогіка та спеціальна психологія: зб. наукових праць</i>. 2018. Вип. 19. С. 74–83.</p> <p>2. Давиденко Г. В. Цифрова інклюзія та доступність: соціальна діджиталізація: монографія. Вінниця: ТВОРИ, 2023. 240 с.</p> <p>3. Комар О. А., Пісняк В. С. Актуальні питання інклюзивної освіти: основні вектори. <i>Академічні візії</i>. 2023. Вип. 17. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/248/212.</p> <p>4. Національна стратегія розвитку інклюзивного навчання на 2023–2030 роки (проект). URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennia/2023/06/13/NO-proyekt.Nats.strat.rozv.inklyuzyvn.navch.2023-2030-13.06.2023.docx.</p> <p>5. Про затвердження Порядку організації інклюзивного навчання у закладах вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 № 635. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/635-2019-%D0%BF#Text.</p> |
|--|---|

- Ukraine dated 07/10/2019 No. 635]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/635-2019-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
6. Kefallinou, A., Symeonidou, S., Meijer, C. J. (2020). Understanding the value of inclusive education and its implementation: A review of the literature. *Prospects*, Vol. 49(3–4), P. 135–152. <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09500-2>.
7. Namanyane, T., Shaoan, M. (2021). Inclusive Education: A Literature Review on Definitions, Attitudes and Pedagogical Challenges. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, Vol. 05(03), P. 358–365. URL: <https://doi.org/10.47772/ijriss.2021.5324>.
8. Rosa, L. R., Menezes, A. B. (2019). Educational inclusion and social interaction: A literature review. *Trends in Psychology*, Vol. 27(2), P. 385–400. <https://doi.org/10.9788/TP2019.2-07>.
9. Sharova, T., Pavlenko, A., Nisanoglu, N., Gladkykh, H., Bodyk, O. (2023). The artistic space of the topic of inclusion in the literature of Ukraine. *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 13(5), P. 1096–1104. <https://doi.org/10.17507/tpls.1305.02>.
10. Jayathilakan, P. K., Jinnah, M. A. (2019). Role of literature in inclusive education. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, Vol. 9(1), P. 5322–5324. URL: <https://doi.org/10.35940/ijeat.A2966.109119>.
11. Kolodiziev, O., Krupka, I., Kovalenko, V., Kolodizieva, T., Yatsenko, V., Shcherbak, V. (2023). Social responsibility of higher education under martial law. *Economic Studies journal, Bulgarian Academy of Sciences – Economic Research Institute*, Iss. 1, P. 143–163. URL: https://econpapers.repec.org/article/baseconst/y_3a2023_3ai_3a1_3ap.htm.
12. Hevko, I. V. (2019). Inkliuzyvna osvita v Ukraini: suchasnyi stan ta problemy rozvytku [Inclusive education in Ukraine: current state and development problems]. *Naukovi visnyk Mykolaivskoho natsionalnoho universytetu im. V. O. Sukhomlyn'skoho. Pedagogichni nauky = Scientific Bulletin of Mykolaiv*
6. Kefallinou A., Symeonidou S., Meijer C. J. Understanding the value of inclusive education and its implementation: A review of the literature. *Prospects*. 2020. Vol. 49(3–4). P. 135–152. <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09500-2>.
7. Namanyane T., Shaoan M. Inclusive Education: A Literature Review on Definitions, Attitudes and Pedagogical Challenges. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*. 2021. Vol. 05(03). P. 358–365. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2021.5324>.
8. Rosa L. R., Menezes A. B. Educational inclusion and social interaction: A literature review. *Trends in Psychology*. 2019. Vol. 27(2). P. 385–400. <https://doi.org/10.9788/TP2019.2-07>.
9. Sharova T., Pavlenko A., Nisanoglu N., Gladkykh H., Bodyk O. The artistic space of the topic of inclusion in the literature of Ukraine. *Theory and Practice in Language Studies*. 2023. Vol. 13(5). P. 1096–1104. URL: <https://doi.org/10.17507/tpls.1305.02>.
10. Jayathilakan P. K., Jinnah M. A. Role of literature in inclusive education. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*. 2019. Vol. 9(1). P. 5322–5324. <https://doi.org/10.35940/ijeat.A2966.109119>.
11. Kolodiziev O., Krupka I., Kovalenko V., Kolodizieva T., Yatsenko V., Shcherbak V. Social responsibility of higher education under martial law. *Economic Studies journal, Bulgarian Academy of Sciences – Economic Research Institute*. 2023. Iss. 1. P. 143–163. URL: https://econpapers.repec.org/article/baseconst/y_3a2023_3ai_3a1_3ap.htm.
12. Гевко І. В. Інклюзивна освіта в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. *Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки*. 2019. № 1 (64). С. 52–

- National University named after V. O. Sukhomlynskyi. Pedagogical sciences, № 1(64). P. 52–58 [in Ukrainian].* 58.
13. Nikolaiev, Ye., Rii, H., Shemelynets, I. (2023). *Vyshcha osvita v Ukraini: zminy cherez viinu: analitychnyi zvit [Higher education in Ukraine: changes due to the war: an analytical report]. Kyiv: Borys Grinchenko Kyiv University. 94 p. [in Ukrainian].* 13. Ніколаєв Є., Рій Г., Шемелинець І. *Вища освіта в Україні: зміни через війну: аналітичний звіт. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. 94 с.*

УДК 378

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.2

Liudmyla M. Hanushchak-Yefimenko, Liudmyla Ye. Halavska, Svitlana I. Arabuli
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**THE PROFESSIONAL HEALTH OF THE TEACHER AS THE BASIS
OF THE WELL-BEING OF EFFECTIVE PEDAGOGICAL ACTIVITY AND
THE GUARANTEE OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY
OF THE INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION IN THE CONDITIONS OF WAR**

The article summarizes theoretical information on the existing problem of "professional burnout" of teachers of higher education institutions in the conditions of war, factors affecting the development of this syndrome. Factors affecting the professional health of a teacher at a higher education institution are substantiated; the concept of burnout was studied; the key signs of the development of the syndrome of professional burnout of teachers of higher education institutions are analyzed; Features of the psychology of the production environment of a teacher at a higher education institution were formed to avoid stress; the factors influencing the formation of the syndrome of professional burnout of teachers of higher education institutions were analyzed. It has been proven that the problem of prevention of the phenomenon of "emotional professional burnout" is particularly acute in wartime conditions, given the high-tech time of frantic speeds and a globally overloaded information society. The most vulnerable categories were those whose professional activity is connected with constant communication with people (educators, teachers, lecturers, psychologists, social workers, managers-managers, doctors, priests, representatives of the clergy, journalists, etc.). Representatives of all these professions must permanently show a high level of empathy, tolerance, compassion, positive emotionality, which partly leads to the syndrome of "emotional professional burnout". It is well-founded that higher education teachers need individual psychological counseling, appropriate corrective therapy, personal and professional development, and prevention of the "professional burnout" syndrome. The relevance of the problem is due to the constant growth of demands from the society to teachers of higher education institutions. A high level of intellectual and psycho-emotional stress in the conditions of war, new organizational requirements, violations of the regime of activity, rest, sleep and nutrition, repeated long-term stressful situations, as well as personal psychovegetative features lead to disruption of the processes of mental adaptation, development caused by stress, psychosomatic disorders, in particular syndrome of "emotional professional burnout" of teachers of higher education institutions.

Keywords: *institutions of higher education; emotional professional burnout; intellectual and psychoemotional stress; scientific and pedagogical workers; well-being; psychological burnout; stress resistance.*

Людмила М. Ганущак-Єфіменко, Людмила Є. Галавська, Світлана І. Арабулі
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**ПРОФЕСІЙНЕ ЗДОРОВ'Я ВИКЛАДАЧА ЯК ОСНОВА БЛАГОПОЛУЧЧЯ
ЕФЕКТИВНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ
В УМОВАХ ВІЙНИ**

У статті узагальнено теоретичні відомості щодо існуючої проблеми «професійного вигорання» викладачів закладів вищої освіти в умовах війни, факторів, що впливають на розвиток зазначеного синдрому. Обґрунтовано фактори, що впливають на професійне здоров'я викладача закладу вищої освіти; досліджено концепції вигорання; проаналізовано ключові ознаки розвитку синдрому професійного вигорання викладачів закладів вищої освіти;

Сформовано особливості психології виробничого середовища викладача закладу вищої освіти для уникнення стресів; проаналізовано фактори, що впливають на формування синдрому професійного вигорання викладачів ЗВО. Доведено, що особливо гостро проблема профілактики феномену «емоційного професійного вигорання» постала саме в умовах війни, зважаючи на високотехнологічний час шалених швидкостей та глобально перенавантаженого інформаційного суспільства. Найбільш вразливими категоріями стали ті, чия професійна діяльність пов'язана з постійним спілкуванням з людьми (вихователі, вчителі, викладачі, психологи, соціальні працівники, управлінці-керівники, лікарі, священники, представники духовництва, журналісти тощо). Представники усіх цих професій перманентно мають виявляти високий рівень емпатії, толерантності, співчуття, позитивної емоційності, що частково, і призводить до синдрому «емоційного професійного вигорання». Обґрунтовано, що викладачі ЗВО потребують індивідуального психологічного консультування, відповідної корегуючої терапії, особистісного і професійного розвитку та профілактики синдрому «професійного вигорання». Актуальність проблеми зумовлена постійним зростанням вимог з боку суспільства до викладачів ЗВО. Високий рівень інтелектуального і психоемоційного напруження в умовах війни, нові організаційні вимоги, порушення режиму діяльності, відпочинку, сну та харчування, повторні довготривалі стресогенні ситуації, а також особистісні психовегетативні особливості призводять до зриву процесів психічної адаптації, розвитку, викликаних стресом, психосоматичних порушень, зокрема синдрому «емоційного професійного вигорання» викладачів ЗВО.

***Ключові слова:** заклади вищої освіти; емоційно професійне вигорання; інтелектуальне і психоемоційне напруження; науково-педагогічні працівники; благополуччя; психологічне вигорання; стресостійкість.*

Statement of the problem. The effectiveness of his pedagogical activity largely depends on the professional health of the teacher of higher education institutions. His condition is negatively affected by a number of factors that lead teachers to stress, and this is the first cause of the "professional burnout" syndrome.

Analysis of the latest research and publications. Professional health of a teacher of a higher education institution in the conditions of war is a necessary condition for his active life, self-realization and development of creative potential. The phenomenon of health has long attracted the attention of both foreign (J. Freudenberg, A. Pines, E. Aronson, B. Perlman, E. Hartman, S. Jackson) and domestic scientists (O. Stepanova, G. Meshko, V. Prykhodko and others), who in their writings define the concept and indicators of health, characterize the levels and components of health, investigate the syndrome of professional burnout of a teacher of a higher school. Scientists distinguish significant personal, situational, professional, as well as internal and external factors. It was determined that health is described by certain signs and has its own structural components, each of which has a corresponding characteristic. Professional health is also influenced by the peculiarities of professional and pedagogical activity, which are characterized by intensive communicative interaction between the teacher and students, colleagues; mental, emotional and intellectual stress, physical exhaustion, etc. This can lead to long-term stress, resulting in burnout [1, 2].

There is a relatively large number of definitions of the concept of "health". Based on the study of various scientific and theoretical sources, he compiled a list of concepts of the essence of human health. In the preamble of the charter of the World Health Organization, it is defined: "Health is a state of certain physical, spiritual and social well-being, and not only the absence of diseases and physical disabilities" [2].

W.B. Schaufeli [19] believes that health is the natural state of the body, which is characterized by its balance with the environment and the absence of any morbid changes. According to the encyclopedic dictionary of Brockhaus and Efron, "health is the state of an organism in which all parts are normally developed and function properly"; according to the dictionary of Grand Larousse Encyclopedique (1962), "it is the state of an individual whose organism is functioning well"; in Encyclopedia Britannica (1959) it is stated that "health is a state of physical strength and well-being in which the body performs its functions properly"; according to N. Sydoruk, "this is a state of the body in which it is able to fully perform its functions" [3]; according to Yu.P. Lisitsyn, "health is a harmonious unity of biological and social qualities determined by innate and acquired biological and social factors (and disease is a violation of this unity, this harmony)" [4].

In his works, I. Shkapoid [6] considers occupational health as an integral characteristic of the functional state of the human body based on physical and psychological indicators to assess his abilities for a certain professional activity, taking into account resistance to adverse (stressogenic) factors that accompany this activity.

According to the definition of V. Ponomarenko, occupational health is the ability of the body to maintain compensatory and protective mechanisms that ensure efficiency in all conditions of professional activity. Later, V. Ponomarenko and his colleagues expanded the meaning of this concept, characterizing it as follows: "Occupational health as the process of preserving and developing the regulatory properties of the body, its physical, mental and social well-being, which ensures high reliability of professional activity, professional longevity and maximum duration life" [4].

The purpose of the article is to study the teacher's professional health as a basis for the well-being of effective pedagogical activity and the development of social responsibility of the institution of higher education in the conditions of war.

Outline of the main material The main factors that determine human health include: lifestyle, anatomical and physiological features of the human body and heredity, external environment and natural and climatic conditions, health care. Research conducted in 1980 in the USA proved the influence of certain factors on human health. These are lifestyle (51.2%), anatomical and physiological features of the human body and heredity (20.5%), external environment and natural and climatic conditions (19.9%), health care (8.5%).

The way of life is characterized by the features of a person's everyday life, which include his work, daily life, forms of using free time, satisfaction of material and spiritual needs, participation in civic life, norms and rules of behavior. A person's lifestyle includes three categories: standard of living, quality of life, and lifestyle. The standard of living can be defined as the degree of satisfaction of basic material and spiritual needs: consumption of food and industrial goods, provision of housing and cultural conditions. Quality of life is the degree of satisfaction of needs (life motivation, comfort of work and life, quality of food, clothing, housing, etc.), which are manifested in opportunities for self-affirmation, self-expression, and self-development. Lifestyle reflects the type of personality behavior (traits, mannerisms, habits, tastes, etc.).

Health care is represented by a system of state and public measures to prevent diseases and treat patients. The existing health care system cannot affect the reduction of morbidity in the population, because it is caused by unfavorable changes in living conditions, work activities, and the environment, therefore it does not have real social and economic opportunities to influence the causes of diseases [7].

The World Health Organization (WHO) has defined a general strategy for national health services "Health for all in the twenty-first century" and criteria to which all countries should strive. For Ukraine, they can be such as full availability of free primary health care; the percentage of the

gross national product that is spent on health care (should be equal to 7–8%, but in practice is no more than 5%); positive natural population growth in all regions (currently, natural growth is negative in most regions); the percentage of children born with a body weight of 2500 grams and less (must be no more than 3.5%); the infant mortality rate (should not exceed 9 per 1,000 live births; in fact, in recent years it has fluctuated between 12–15%); average life expectancy from birth (must be at least 75 years, but is 67.8 years) [11].

Health is also characterized by certain signs. Scientists attribute to them: normal functioning of the body at all its levels (the body as a whole and its various structures), normal flow of typical physiological and biochemical processes; the ability to fully perform basic social functions (social activity, socially useful work); dynamic balance of the body and its functions, as well as environmental factors; the organism's ability to adjust (adapt) to the conditions of existence in the environment; absence of diseases, painful conditions or painful changes (optimal functioning of the body in the absence of signs of disease or any disorder); complete physical, spiritual, mental and social well-being, harmonious development of the body's physical and spiritual forces, the principle of its unity, self-regulation and harmonious interaction [5, 6].

Professional health, like human health in general, consists of such components as physical (biological), mental, social, and spiritual.

The physical health of a person means the state of the organism, in which the integral indicators of functional systems lie within the physiological norm and adequately change during the interaction of a person with the environment.

Mental health reflects the state of a person's brain, in which adequate emotional, intellectual, conscious-volitional interaction with the external environment is ensured. Mental health consists of intellectual, emotional, characterological components. If a person has a developed emotional sphere, attention, perception, thinking, memorization and at a high level, guided by his own consciousness, character, will, adequately (appropriately) manifests them in various life situations, then such a person is in a state of mental well-being.

Spiritual health characterizes the state of consciousness of the human psyche, consistent with the requirements of the laws of nature, society, and thinking; the essence of one's existence and purpose in the world. The spirit is the inherent ability of a person to be a self-aware subject of thinking, feeling and will, which is manifested in goal setting and creative activity.

The starting point for the formation of the content of spirituality is knowledge. A person's spirituality is his worldview, understanding of the world, the processes and laws unfolding in it. Each person is characterized by a certain level of spirituality and worldview. A healthy worldview of people forms social and physical well-being.

Social health is the social conditions and relations of a person in society, which are consistent with the laws of nature and contribute to the development of people's lives and activities. A person is healthy only in the presence of normal material and spiritual conditions, as well as relations between people, between people and social institutions in various spheres of life (family, household, educational, industrial, leisure). At the same time, conditions and relationships created by people cannot contradict natural laws, because, otherwise, it will lead to deterioration of health. Material possessions and human relations must necessarily be consistent with the laws of nature and society [10].

The key criterion of professional health is the assessment of the state of physical, mental and social health [4–6]. Therefore, not only professional health depends on the state of the structural components of health, but also the effectiveness of the professional pedagogical activity of teachers of higher education institutions.

In addition to various main factors, the professional health of a teacher at a higher education institution is also influenced by certain special characteristics of professional and pedagogical

activity. Such activity is characterized by intensive communication, mental, emotional, intellectual stress and physical exhaustion. And all this can lead to occupational stress, which is described in the International Classification of Diseases (ICD) as a separate state of occupational health. Researchers single out anxiety, depression, frustration (the stress of "lost hope"), emotional devastation, exhaustion, and occupational diseases. One of the consequences of long-term professional stress is the syndrome of emotional "burnout" as a state of physical, emotional and mental exhaustion of the teacher, including the development of negative.

"Professional burnout" is considered as a component of professional deformation, as a psychological defense, as a negative mental state, but mostly it is considered as a stress syndrome that occurs as a reaction to work stresses. As a stress reaction, "professional burnout" arises as a result of the impact on the personality of monotonous neuropsychological loads in professions of the "person-person" type, which are associated with interpersonal communication, accompanied by emotional saturation and cognitive complexity [6, 7, 15]. The teacher's profession is recognized as the most emotionally stressful type of work in terms of its content, workload, nature, conditions and density of communication. The very nature of a teacher's work involves the need for emotional costs: he must exert influence on an immature personality in order to develop socially desirable qualities, which implies a sufficiently high degree of responsibility for the process and result. Recently, the scientific and teaching activities of employees of higher education institutions began to be classified as professions with increased stress. The full-scale invasion of the Russian Federation, increasing demands from society for the professional qualities of a teacher of higher education institutions, the need to work with large groups, a high level of work intensity and the number of contacts, hypodynamism turn this group of specialists into a risk group of those who can be easily affected by "professional burnout". This is confirmed by the results of empirical studies by various authors – most teachers of higher education institutions (HEIs) are characterized by a high and average level of the "professional burnout" syndrome. According to the definition of the WHO, the syndrome of "professional burnout" is a state of physical, emotional or motivational exhaustion, characterized by impaired work productivity and fatigue, increased susceptibility to somatic diseases, as well as the use of psychoactive substances for the purpose of obtaining temporary relief, which has a tendency to develop physiological dependence and suicidal behavior.

The components of the "professional burnout" syndrome also include frustration and professional deformation. Frustration (from the Latin *frustratio* – delusion, futile expectation) is an emotional state characterized by disorganization of consciousness and activity into a state of hopelessness and loss of perspective. There are such types of frustration as aggressiveness, activity based on inertia, depressive states characterized by sadness, insecurity, powerlessness, despair. Frustration arises as a result of personality conflicts with others, especially in a team in which a person does not receive support, a sympathetic attitude.

Professional deformation is characterized by changes in personality qualities (stereotypes of perception, value orientations, character, ways of communication and behavior, etc.), changes in the level of expressiveness of professional qualities of a specialist, which occur under the influence of content, conditions, duration of activity and individual psychological characteristics of a person.

Thus, the syndrome of "professional burnout" can be interpreted as a stress reaction to production and emotional demands that exceed the body's resources and originate from the excessive dedication of a person to his work while neglecting his personal life and rest. This process develops over time and begins with strong and prolonged stress at work and leads to a violation of the state of psychophysiological balance [9–11, 16].

The development of emotional exhaustion is preceded by a period of increased activity, when the teacher completely immerses himself in work, refuses needs that are not related to it, forgets about his own needs. The onset of exhaustion is signaled by a feeling of overstrain and

exhaustion of emotional and physical resources, a feeling of fatigue that does not go away after sleep. The teacher is no longer capable of active communication, elevated and cheerful emotional tone. Some relief occurs after rest, but these symptoms recur as soon as the worker returns to a familiar work situation. A characteristic feature of depersonalization, as a symptom of the syndrome, is the appearance of personal detachment. Emotionally exhausted teachers begin to feel hostility or indifference towards students. It is important that they try to suppress negative emotions, because they try to act in accordance with the basic attitudes of their professional activity, which require the teacher to always be at the height of self-control, to have a perfect pedagogical tact, to be an actor who plays his role in front of the audience. Paradoxically, the (often unconscious) suppression of negative emotions leads to an emotional impoverishment of contact, and over time to its transformation into an impersonal, formal interaction. A student devoid of personality traits is perceived by a "burning out" teacher as an object that must perform certain functions in accordance with the requirements of the educational process. Everything that goes beyond these functions is not of interest to the teacher, and their non-fulfillment causes indignation. A "burning out" teacher turns into a "function" to a certain extent, mostly a control and evaluation function. Motivating students becomes a difficult task because it requires emotional involvement and concern for the subject and the audience, and is therefore replaced by negative reinforcement or reminders that students will eventually have an exam. Obviously, the individualization of the educational process also becomes an unattainable task for the teacher [16, 17].

The third sign of the development of the syndrome of "professional burnout" is the feeling of losing one's own effectiveness. It is clear that in conditions when it is increasingly difficult for a teacher to perform his professional duties, and students respond to his "objective" influences by reducing educational and professional motivation, he cannot help but feel that the effectiveness of his professional activity is decreasing. Work ceases to bring satisfaction, the teacher sees no more prospects in his professional activity. This leads to a decrease in the professional self-esteem of the teacher and the leveling of one's own professional achievements, provokes the emergence of a sense of guilt and increases the tendency to aloofness, indifference, or cynicism and aggression in the attitude towards students and colleagues. As a result, the teacher consciously or unconsciously tends to limit the circle and time of his professional contacts, reducing professional duties that require emotional costs from him. He tries to pay less attention to the group, especially in the case of fatigue or bad health, his negative emotional state begins to affect his productivity and the quality of his work with the audience.

The consequences of "professional burnout" for the professional development of a teacher can be characterized as destructive. His professional motivation, interest in the profession and the need to transfer knowledge to the student decrease. In extreme cases, complete indifference and even dislike of professional activity develops. The syndrome also has a destructive effect on the teacher's personal qualities.

As a dynamic process, "professional burnout" has a number of stages (M. Burish, C. Cherniss, L. Hallsten, etc.). In the first stage, which is prejudicial in nature, the professional demonstrates excessive activity, limitation of social contacts and rejection of needs that are not related to work. All this gradually exhausts his emotional and energy resources. In the second phase, there is a decrease in the level of personal involvement in professional activity. Colleagues and students are perceived in a negative light, stereotyped, impersonal cynical assessments prevail, reluctance to fulfill their duties and dissatisfaction with work. The third phase is characterized by acute emotional reactions with a predominance of depressive and aggressive states, which are accompanied by fears, mood swings, apathy, guilt, low self-esteem, as well as lack of tolerance, increased conflict. In the fourth phase, destructive behavior is manifested, which is reflected in the intellectual, motivational and emotional spheres and is manifested in a decrease in concentration of

attention, rigidity of thinking, inability to perform complex tasks, lack of initiative and reduced efficiency of activities, indifference and avoidance of informal contacts, loneliness. In the fifth phase, psychosomatic reactions occur, such as insomnia, cardiovascular disorders, headaches, digestive disorders, and addiction to psychostimulants. The final phase is characterized by total disappointment and the formation of a negative life attitude, which manifests itself in existential despair, a feeling of helplessness and loss of the meaning of life [17].

Higher education teachers feel more acutely their emotional inability to exert a positive developmental influence on students: they are unable to be open and friendly, interested in the student's personality, unable to empathize and sympathize. Instead, they develop irritability, offensiveness, rudeness and harshness. These manifestations are characteristic of the "exhaustion" phase, which indicates more pronounced signs of destructive personal changes in teachers and the formation of negative emotional attitudes towards students and pedagogical activities. High indicators of the "exhaustion" phase also indicate the ineffectiveness of the protection strategies used by teachers, and even greater psychophysical and energy costs [12].

The use of psychological defenses in pedagogical communication, in particular the transformation of a student into a soulless object of manipulation, has negative consequences for the implementation of the educational process. The nature of interaction in the "teacher-student" system is changing from dialogic, personal, subject-subject to monologic, formal, object. In our opinion, the most destructive can be the influence of a monologic "burnt out" teacher on the formation of the professional identity of future teachers, who learn from their teachers models of pedagogical interaction, which they then apply in work with school students. Thus, summarizing all of the above, you can come to the following conclusions. "Professional burnout" is a destructive phenomenon of the professional development of a teacher's personality. The most pronounced component of the symptom complex of "burnout" among teachers of higher education institutions is "resistance" – excessive emotional exhaustion, which causes the emergence and development of defensive reactions that make the teacher emotionally closed, detached and indifferent. The specificity of the development of "burnout" among teachers is that against the background of the symptoms of "resistance" they have clearly expressed manifestations of "exhaustion", which indicates the beginning of destructive personal changes and the presence of negative emotional attitudes towards students and pedagogical activities. This fact also indicates that the psychological defenses used by the teacher are no longer able to protect him from stress. In addition to the destructive effect on the personality of the teacher himself, "professional burnout" negatively affects the nature of the relationship in the "teacher-student" system, which has disappointing consequences for the professional development of the student's personality.

The methods of self-regulation and self-management are probably the most important for teachers of higher education institutions. Self-management for a specialist is a technology of effective self-management to ensure more successful and productive performance of one's duties, preservation of health and an active, interested attitude to life.

Self-regulation is the ability of a person to maintain his mental tone and work capacity under adverse conditions.

Mental self-regulation is a person's ability to purposefully change the work of various psychophysiological functions, which requires special means of reality control. These means include:

1. The subject's accepted goal of his voluntary activity.
2. Model of significant conditions of activity.
3. Program of actual executive actions.
4. System of success criteria.
5. Control: information about actually achieved results.

6. Assessment of compliance with the goal and actually achieved results.

7. Decision on the necessity and nature of activity correction.

Individual technology for preventing and overcoming professional stress and burnout, which consists of two phases and a system of specific techniques [15, 18].

Phase I – analysis of the professional situation, which consists in identifying stress factors, analyzing one's own stress reactivity or tolerance, etc., and reducing the influence of stressors. This involves the use of a system of special techniques that are barriers to the development of stress:

1) stress recognition phase;

2) carrying out a deeper cognitive assessment of the situation, namely clarifying the main stress factors in a person's professional situation and making attempts to eliminate them;

3) analysis of the stresses of this day, reactions to them, methods of adaptation to the stressor, relaxation techniques used on this day, their effectiveness;

4) analysis of whether global professional (life) changes take place in a specific situation (for example, reorganization at work; change of residence, etc.);

5) identification of the main stress factors that cause emotional burnout and conclusion of a contract with oneself regarding the use of certain methods of coping with stress during a certain time and determination of a system of rewards or punishments for oneself;

6) determination of the main motives for a person's professional activity;

7) making a decision on whether the employee should continue to work at the given workplace;

8) temporary reduction of the load and mastering of the skills of rational management of one's time;

9) making an attempt to change one's image as a workaholic with the help of special techniques and means;

10) making a list called - I really want to do this;

11) demonstration of assertive (confident) behavior, because self-confidence is the ability to express oneself and satisfy one's own needs;

12) definition of one's understanding of success in life;

13) creating a social support group is a sense of belonging, that you are accepted and loved as you are, and not because you can do something for someone;

14) concern for proper nutrition. Defining a balanced diet for yourself.

II – perception of the professional situation as stressful. In this phase, techniques should be used that will act as barriers on the way to stress:

1) selective perception strategy;

2) perception of life as a holiday;

3) the use of humor as a buffer between a stressful situation and a person;

4) determination of the type of behavior in a stressful situation, which is inherent to a person;

5) analysis of confidence in oneself and one's decisions, as this enables successful control over one's own life;

6) analysis of locus of control in stress management (locus of control is the degree of control that enables a person to manage the events of his life);

7) application of various techniques of meditation and autogenic training, as well as physical exercises [19].

Research conclusions and perspectives Thus, it is important for managers and all teachers to understand that stress at work is not only a personal problem, but also a decrease in the quality of work. The study of individual differences in the experience of professional burnout of a teacher provides an opportunity to implement a targeted program of his psychoprophylaxis, which takes

into account the psychological features of the occurrence and course of this phenomenon. Measures to overcome stress for higher education teachers can be considered:

- active interaction with the stressor or influence on the problem itself;
- change of view on the problem or attitude towards it;
- accepting the problem and reducing the physical effect of the generated stress;
- complex measures and means that combine all of the above [11, 12].

It is extremely important for a teacher of higher education to understand the essence of the phenomenon of professional burnout in order to implement primary prevention, early self-diagnosis and self-correction of "professional burnout syndrome". Modernization of education leads to a higher level of requirements for higher school teachers, whose activities are aimed at creating optimal conditions for revealing and realizing potential opportunities, abilities and needs of students. Professional and high-quality performance of pedagogical activity requires activation of mental processes, concentration of attention, somatic and mental health.

The renewal of the higher education system is carried out together with the renewal of the pedagogical activity of the teacher of the institution of higher education and the formation of the policy of social responsibility.

References

Література

- | | |
|--|--|
| <p>1. Meshko, H. M. (2012). Vstup do pedahohichnoi profesii: navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. Zakladiv (Seriia: Alma-mater) [Introduction to the teaching profession: a study guide for students of higher educational institutions (Series: Alma mater)]. Kyiv: Akademydav. 200 p. URL: https://textbook.com.ua/pedagogika/1473451769 [in Ukrainian].</p> <p>2. Prykhodko, V. V., Samoïlov, M. H., Shabanova, Yu. O. (2014). Fizychna kultura ta psykhofizychnyi treninh studentiv: vid teorii do praktyky: navch. Posibnyk [Physical culture and psychophysical training of students: from theory to practice: a study guide]. D.: NHU. 275 p. [in Ukrainian].</p> <p>3. Sydoruk, N. H. (2016). Fizychna kultura i psykhologichnyi treninh: navch. posibnyk [Physical culture and psychological training: education. manual]. Zhytomyr: ZhDU Publishing House named after I. Franka. 96 p. [in Ukrainian].</p> <p>4. Faktory, yaki vyznachaiut zdorovia [Factors that determine health]. URL: http://stud.com.ua/4084/meditsina/osnov_zdorovogo_sposobu_zhittya_studentiv#897 [in Ukrainian].</p> <p>5. Fizyчне, psykhичне, dukhovne, sotsialnezdorovia [Physical, mental, spiritual, social health]. URL: http://studopedia.com.ua/1_59223_fizichne-psyhichne-duhovne-sotsialne-zdorovya.html [in Ukrainian].</p> <p>6. Shkapoid, I. V. (2016). Psykhologichni osoblyvosti syndromu "profesiinoho vyhorannia" pratsivnykiv osvitianskoï nyvy [Psychological features of the syndrome of "professional burnout" of workers in the</p> | <p>1. Мешко Г. М. Вступ до педагогічної професії: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів (Серія: Альма-матер). К.: Академвидав, 2012. 200 с. URL: https://textbook.com.ua/pedagogika/1473451769.</p> <p>2. Приходько В. В., Самойлов М. Г., Шабанова Ю. О. Фізична культура та психофізичний тренінг студентів: від теорії до практики: навч. посібник. Д.: НГУ, 2014. 275 с.</p> <p>3. Сидорчук Н. Г. Фізична культура і психологічний тренінг: навч. посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2016. 96 с.</p> <p>4. Фактори, які визначають здоров'я. URL: http://stud.com.ua/4084/meditsina/osnov_zdorovogo_sposobu_zhittya_studentiv#897.</p> <p>5. Фізичне, психічне, духовне, соціальне здоров'я. URL: http://studopedia.com.ua/1_59223_fizichne-psyhichne-duhovne-sotsialne-zdorovya.html.</p> <p>6. Шкапоїд І. В. Психологічні особливості синдрому "професійного вигорання" працівників освітньої ниви. Кам'янець-Подільський: Відділ</p> |
|--|--|

- field of education]. Kamianets-Podilskyi: Education Department of the Kamianets-Podilskyi District State Administration. 77 p. [in Ukrainian].
7. Schaufeli, W. B., Maslach, C., Marek, T. (eds.) (1993). Professional burnout: Recent developments in theory and research. Washington DC: Taylor & Francis. 292 p.
8. Pines, A. M., Aronson, E. (1988). Career burnout: Causes and cures. New York: Free Press. 257 p.
9. Brill, P. L. (1984). The need for an operational definition of burnout. *Family and Community Health*, № 6, P. 12–24.
10. Maslach, C., Leiter, M. P. (2000). Burnout. *Encyclopedia of Stress*. Ed. by George Fink. San Diego: Academic Press. Vol. 1. A-D. 758 p.
11. Green, D. E., Walkey, F. H., Taylor, J. (1991). The three-factor structure of the Maslach Burnout Inventory: A multicultural, multinational confirmatory study. *J. of Social Behavior and Personality*, Vol. 6 (3), P. 453–472.
12. Garden, A.-M. (1987). Depersonalization: A valid dimension of burnout? *Human Relations*, Vol. 40 (9), P. 545–560.
13. Pines, A. M., Aronson, E., Kafry, D. (1981). Burnout: from tedium to personal growth. New York: Free Press. 229 p.
14. Jones, J. W. (1980). Preliminary manual: The staff burnout scale for health professional. Park Ridge, IL: London House. 36 p.
15. Cherniss, C. (1980). Professional burnout in human service organizations. New York: Praeger. 233 p.
16. Etzion, D. (1987). Burnout: The hidden agenda of human distress, IIBR series in Organizational Behavior and Human Resources. Working paper no 930/87. Israel: The Israel Institute of Business Research, Faculty of Management, Tel Aviv University, 1987. P. 16–17.
17. Burisch, M. (2006). Das Burnout-Syndrom. Theorie der inneren Erschöpfung. Berlin: Heidelberg Springer Medizin Verlag. 314 s.
- освіти Кам'янець-Подільський районної державної адміністрації, 2016. 77 с.
7. Professional burnout: Recent developments in theory and research. Ed. by W. B. Schaufeli, C. Maslach, T. Marek. Washington DC: Taylor & Francis, 1993. 292 p.
8. Pines A. M., Aronson E. Career burnout: Causes and cures. New York: Free Press, 1988. 257 p.
9. Brill P. L. The need for an operational definition of burnout. *Family and Community Health*. 1984. № 6. P. 12–24.
10. Maslach C., Leiter M. P. Burnout. *Encyclopedia of Stress*. Ed. by George Fink. San Diego: Academic Press, 2000. Vol. 1. A-D. 758 p.
11. Green D. E., Walkey F. H., Taylor J. The three-factor structure of the Maslach Burnout Inventory: A multicultural, multinational confirmatory study. *J. of Social Behavior and Personality*. 1991. Vol. 6 (3). P. 453–472.
12. Garden A.-M. Depersonalization: A valid dimension of burnout? *Human Relations*. 1987. Vol. 40 (9). P. 545–560.
13. Pines A. M., Aronson E., Kafry D. Burnout: from tedium to personal growth. New York: Free Press, 1981. 229 p.
14. Jones J. W. Preliminary manual: The staff burnout scale for health professional. Park Ridge, IL: London House, 1980. 36 p.
15. Cherniss C. Professional burnout in human service organizations. New York: Praeger, 1980. 233 p.
16. Etzion D. Burnout: The hidden agenda of human distress, IIBR series in Organizational Behavior and Human Resources. Working paper no 930/87. Israel: The Israel Institute of Business Research, Faculty of Management, Tel Aviv University, 1987. P. 16–17.
17. Burisch M. Das Burnout-Syndrom. Theorie der inneren Erschöpfung. Berlin: Heidelberg Springer Medizin Verlag, 2006. 314 s.

18. Golembiewski, R. T. (1997). Burnout has also gone global, it seems: Mounting worldwide evidence based on the phase model. *Current topics in management*. Ed by M. A. Rahim, R. T. Golembiewski et al. Greenwich, CT, USA: Jai Press, Inc. Vol. 2. P. 45–60.
19. Schaufeli, W. B., Buunk, B. P. (2003). Burnout: An Overview of 25 Years of Research and Theorizing. *Handbook of work and health psychology*. Ed. by Marc J. Schabracq, Jacques A. M. Winnubst, Cary L. Cooper. 2d ed. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd. P. 383–425.
18. Golembiewski R. T. Burnout has also gone global, it seems: Mounting worldwide evidence based on the phase model. *Current topics in management*. Ed by M. A. Rahim, R. T. Golembiewski et al. Greenwich, CT, USA: Jai Press, Inc, 1997. Vol. 2. P. 45–60.
19. Schaufeli W. B., Buunk B. P. Burnout: An Overview of 25 Years of Research and Theorizing. *Handbook of work and health psychology*. Ed. by Marc J. Schabracq, Jacques A. M. Winnubst, Cary L. Cooper. 2d ed. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd, 2003. P. 383–425.

УДК 336.145

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.3

Оксана М. Десятнюк, Андрій І. Крисоватий, Олена В. Птащенко
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна
РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ БІЗНЕСУ
В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ІНКЛЮЗІЇ

Розвиток фінансового інструментарію бізнесу в умовах цифрової інклюзії передбачає впровадження та використання цифрових технологій для полегшення доступу до фінансових послуг, поліпшення їхньої доступності та розширення покриття користувачів. Зростання використання електронних платіжних систем, таких як мобільні гроші, онлайн-платформи, електронні гаманці, сприяє зручному та швидкому проведенню транзакцій. Розвиток інтернет-банкінгу та мобільних додатків дозволяє клієнтам здійснювати банківські операції, вести облік фінансів та користуватися різноманітними фінансовими послугами в онлайн-режимі. Саме тому тематика представленого дослідження є актуальною та своєчасною. Метою представленої роботи є визначення основних складових та факторів впливу на розвиток фінансового інструментарію бізнесу в сучасних умовах цифровізації та інклюзії. Основними методами дослідження є: методи дедукції та індукції для визначення факторів впливу на процес розвитку бізнесу в сучасних умовах цифрової інклюзії, методи аналізу та синтезу для визначення основного базису розвитку фінансового інструментарію для бізнесу з урахуванням цифрової інклюзії та цифрової економіки, метод порівняння для визначення особливостей цифрової економіки, графічний метод для наочного та схематичного представлення основних результатів дослідження. Отже, розвиток фінтех-технологій відкриває нові можливості для надання фінансових послуг, таких як краудфандинг, платіжні рішення на основі блокчейну, роботизовані портфельні менеджери тощо. Платформи для онлайн-кредитування надають можливість малим і середнім підприємствам швидко отримати доступ до фінансових ресурсів, минувши традиційні процеси банківського кредитування. Використання блокчейну може поліпшити прозорість та безпеку фінансових транзакцій, сприяти відстеженню походження коштів та запобіганню фінансовим шахрайствам. Електронні рахунки та фактури: Перехід до електронних рахунків та фактур допомагає оптимізувати фінансовий облік, спрощує процес оплати та зменшує витрати на обробку паперових документів. Забезпечення доступу до фінансової освіти та консультацій через онлайн-платформи сприяє розвитку фінансової грамотності та підвищує інклюзію. Цифрова інклюзія в сфері фінансів може покращити доступність фінансових послуг для всіх шарів населення та різних категорій бізнесів, сприяючи економічному розвитку та підвищенню життєвого рівня.

Ключові слова: економічна інклюзія; цифрова економіка; цифровізація; бізнес-процеси; розвиток; моніторинг; ризики та загрози; економічний розвиток; цифрова інклюзія; фінансові інструменти; фінансовий інструментарій бізнесу; цифрові технології; інклюзія; бізнес; розвиток бізнесу.

Oksana M. Desyatnyuk, Andriy I. Krysovaty, Olena V. Ptashchenko
West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine
DEVELOPMENT OF BUSINESS FINANCIAL INSTRUMENTS
IN CONDITIONS OF DIGITAL INCLUSION

The development of business financial tools in the context of digital inclusion involves the introduction and use of digital technologies to facilitate access to financial services, improve their availability and expand user coverage. The increasing use of electronic payment systems such as mobile money, online platforms, e-wallets facilitates convenient and fast transactions. The

development of Internet banking and mobile applications allows customers to carry out banking operations, keep records of finances and use various financial services online. That is why the topic of the presented research is relevant and timely. The purpose of the presented work is to determine the main components and influencing factors on the development of business financial tools in modern conditions of digitalization and inclusion. The main methods of research are: methods of deduction and induction to determine factors influencing the process of business development in modern conditions of digital inclusion, methods of analysis and synthesis to determine the main basis for the development of financial tools for business taking into account digital inclusion and the digital economy, a method of comparison to determine the features of digital of economics, a graphic method for visual and schematic representation of the main research results. Consequently, the development of fintech technologies opens up new opportunities for the provision of financial services, such as crowdfunding, blockchain-based payment solutions, robotic portfolio managers, etc. Online lending platforms enable small and medium-sized enterprises to quickly access financial resources, bypassing traditional bank lending processes. The use of blockchain can improve the transparency and security of financial transactions, help track the origin of funds and prevent financial fraud. Electronic invoices and invoices: The transition to electronic invoices and invoices helps to optimize financial accounting, simplifies the payment process and reduces the costs of processing paper documents. Providing access to financial education and advice through online platforms promotes financial literacy and increases inclusion. Digital inclusion in the field of finance can improve the availability of financial services for all segments of the population and various categories of businesses, contributing to economic development and raising the standard of living.

Keywords: *economic inclusion; digital economy; digitalization; business processes; development; monitoring; risks and threats; economic development; digital inclusion; financial instruments; business financial instruments; digital technologies; inclusion; business; business development.*

Постановка проблеми. Розвиток економічних процесів сьогодення проходить в крючі орієнтації на глобалізацію, інтеграцію, врахування трансформаційних та інноваційних змін, а також цифровізацію. За таких умов розвитку суспільство стає перед необхідність трансформування окремих економічних процесів та врахування новітніх інноваційних тенденцій. Саме тому особливого значення набуває цифрова економіка, яка і є окремою формою економіки, яка враховує глобальну інформатизацію суспільних процесів.

Отже, ґрунтуючись на теоретичному базисі дослідження, можливо зазначити, що цифрова економіка є формою глобальної економіки чи особливою економічною системою, в якій виробництво, обробка та обмін інформацією, а також використання цифрових технологій і платформ відіграють ключову роль в економічних процесах. Особливості цифрової економіки представимо в таблиці 1.

Цифрова економіка розширює можливості для розвитку бізнесу, але також створює нові виклики, пов'язані з приватністю, безпекою, регулюванням та соціально-економічними аспектами. Успішна адаптація вимагає не лише володіння технічними знаннями, але і гнучкість у вирішенні нових проблем та етичне використання цифрових можливостей.

Однією з особливостей цифрової економіки є цифрова інклюзія. Цифрову інклюзію, на нашу думку, доцільно визначити, як концепцію, що описує доступність та активне включення різних груп населення до цифрових технологій та ресурсів, з метою забезпечення їхнього повноцінного участі в цифровій економіці. Цифрова інклюзія виступає важливою складовою цифрової економіки з кількох причин:

- цифрова інклюзія передбачає створення інфраструктури та умов, які дозволяють всім групам населення мати доступ до Інтернету та цифрових пристроїв. Це включає в себе розвиток широкоплатформового Інтернету в сільських районах, надання доступних цифрових пристроїв, інтернет-тренінги тощо;
- для повноцінної участі в цифровому середовищі важливо мати навички цифрової грамотності. Це охоплює розуміння використання комп'ютерів, програмного забезпечення, вміння користуватися Інтернетом, розрізняти інформацію в мережі тощо;
- цифрова інклюзія також пов'язана з можливістю використання фінансових послуг в цифровому форматі. Доступ до цифрових платіжних систем, мобільного банкінгу, онлайн-переказів робить фінансові послуги більш доступними для широкого спектру користувачів;
- цифрова інклюзія враховує потреби різних соціальних груп, таких як люди з інвалідністю, літні люди, молодь, мігранти тощо. Забезпечення доступу та включення всіх цих груп допомагає створити справедливе цифрове суспільство;
- цифрова інклюзія включає в себе заходи, спрямовані на підтримку малих підприємств та стартапів у цифровому середовищі, що може включати надання інформаційних ресурсів, консультацій, фінансової підтримки тощо.

Таблиця 1

Особливості цифрової економіки

Елемент	Характеристика
Цифрові технології	Основними будівельними блоками цифрової економіки є інформаційні технології, штучний інтелект, аналітика даних, облікові системи, блокчейн, Інтернет речей та інші цифрові інновації.
Big Data	Цифрова економіка характеризується великим обсягом даних, які можна збирати, зберігати, обробляти та аналізувати для винесення стратегічних рішень і покращення виробничих процесів.
Цифрова взаємодія	За допомогою цифрових платформ, соціальних мереж, месенджерів та інших комунікаційних інструментів, люди, компанії та держави можуть взаємодіяти між собою ефективніше та швидше.
Електронна комерція	Зростання онлайн-торгівлі та електронних платіжних систем свідчить про те, як цифрова економіка змінює спосіб, яким люди купують і продають товари та послуги.
Глобалізація	Цифрова економіка створює можливості для глобальної взаємодії та ринкової експансії для підприємств будь-якого розміру.
Інновації	Розвиток технологій та поява новаторських ідей швидко перетворюються на нові продукти і послуги, що підтримує інноваційну активність у цифровому секторі.
Автоматизація і роботизація	Цифрові технології дозволяють автоматизувати рутинні завдання та використовувати роботів у виробництві та обслуговуванні.
Стартап-екосистема	Цифрова економіка активно сприяє розвитку стартап-екосистем, де інноваційні компанії можуть швидко з'являтися, зростати і конкурувати.
Кібербезпека	З великим обсягом цифрової інформації постає виклик забезпечення кібербезпеки для захисту від кібератак, крадіжок даних та інших загроз.

Джерело: складено авторами на основі [1, 2, 4, 6, 7, 14].

Цифрова інклюзія сприяє створенню рівних можливостей в цифровому суспільстві, дозволяючи кожному індивіду та групі брати участь у цифрових інноваціях і отримувати вигоди від цифрової економіки. При цьому важливо враховувати різноманітні потреби та можливості різних користувачів.

Саме тому представлене теоретичне обґрунтування трансформації економічних процесів сьогодення під впливом цифровізації дає поштовх для більш детального розгляду можливостей розвитку бізнесу та використання для цього сучасного фінансового інструментарію в умовах, що створює цифрова економіка та цифрова інклюзія.

Аналіз літературних джерел. Дослідження проблематики розвитку фінансового інструментарію в умовах цифрової інклюзії спрямоване на розуміння та вирішення проблем, пов'язаних із забезпеченням рівноправного доступу до цифрових фінансових послуг для всіх верств населення. Ця проблематика є дуже загальною та торкається багатьох напрямів суспільного життя. Саме тому розгляд окремих векторів представлено в працях і вчених-економістів, і вчених фінансистів, маркетологів, управлінців, політичних діячів та аналітиків.

Так S. Arefiev, I. Shevchenko, U. Savkiv, D. Hovsieiev, Y. Tsizhma [1] розглядають процеси цифровізації підприємницької діяльності, оптимізацію управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності підприємництва в умовах цифровізації.

O. Desyatnyuk, V. Muravskiy, O. Shevchuk, M. Oleksiiv [2] розглядають процеси цифровізації з точки зору забезпечення кібербезпеки та впорядкування використання цифрового інструментарію.

При цьому зазначимо, що J. Doran, N. McCarthy, M. O'Connor, H.D. Kantis, J.S. Federico, S.I. García [3] в дослідження роблять акцент на оптимізацію управлінського потенціалу за рахунок інформаційних технологій.

Процеси трансформації економічного простору та підвищення інноваційної активності підприємницьких структур знайшли своє відображення в роботах A. Florek-Paszkowska, A. Ujwary-Gil, B. Godlewska-Dzioboń [4], N. Kshetri [8]

Проблематика розвитку цифрової економіки та її складової цифрової інклюзії представлено в роботах M.-J. Gallego-Losada, A. Montero-Navarro, E. García-Abajo, R. Gallego-Losada, E. Racetti-Garr [5], A.I. Крисоватого, O.M. Десятнюк, O.B. Птащенко [15].

Становлення інклюзії та можливі напрями її розвитку відображено в працях J. Gupta, V. Cornelissen, M. Ros-Tonen [6], де робиться акцент саме на розвитку інклюзії, як сучасного глобального явища.

Особливості фінансової інклюзії, розвиток сучасних фінансових інструментів та забезпечення сталого розгляду зосереджено в роботах J. Liu, K. Loan, S. Mousa, A. Ali, I. Muda, P. Cong [9]

Це лише декілька аспектів, які можуть бути включені в дослідження проблематики розвитку фінансового інструментарію в умовах цифрової інклюзії. Зазначені напрямки дозволяють врахувати різноманітні фактори, які впливають на успішну імплементацію цифрових фінансових рішень та сприяють створенню більш інклюзивної фінансової системи.

Отже, дослідження новітніх технологічних рішень та інновацій у сфері цифрового фінансового інструментарію, таких як блокчейн, штучний інтелект, розширена реальність та інші дозволяє розглядати процеси цифровізації економічних процесів з точки зору формування глобального цифрового простору та цифрової економіки, що в свою чергу має суттєвий вплив на становлення цифрової інклюзії.

Метою представленої роботи є визначення принципів розвитку фінансового інструментарію бізнесу з урахування цифрової інклюзії, обґрунтування факторів впливу та прогнозування можливого подальшого розвитку цифровізації фінансового інструментарію бізнесу.

Результати дослідження. Фінансовий інструментарій цифрової економіки включає різноманітні цифрові технології та інструменти, які використовуються для управління грошовими потоками, фінансового планування, інвестування, забезпечення безпеки фінансових транзакцій та здійснення інших фінансових операцій у цифровому середовищі.

Основними складовими фінансового інструментарію в умовах цифрової економіки є наступні елементи, представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Основні складові фінансового інструментарію в умовах цифрової економіки

Складова	Характеристика
Цифрові платіжні системи	Онлайн-платформи, мобільні додатки та інші електронні інструменти, які дозволяють здійснювати безготівкові транзакції та перекази грошей.
Електронні банківські послуги	Можливість відкриття, управління та використання банківських рахунків через Інтернет або мобільні додатки.
Мобільні фінанси	Використання мобільних технологій для доступу до фінансових послуг, включаючи мобільні платежі, мобільні гроші та інші мобільні фінансові додатки.
Блокчейн-технології	Децентралізовані та безпечні системи для обліку та обміну цифровими активами, включаючи криптовалюти та інші цифрові товари.
Фінтех-інновації	Використання технологій для надання інноваційних фінансових послуг, таких як роботизовані портфельні менеджери, платформи для позичання та інші.
Фінтех-послуги	Фінтех-компанії надають різноманітні фінансові послуги, такі як розрахунки, кредитування, страхування, інвестування тощо, використовуючи цифрові технології для забезпечення ефективності та інновацій.
Електронні рахунки та фактури	Цифрові інструменти для ефективного управління фінансами, включаючи створення, надсилання та оплату електронних рахунків.
Фінансовий аналіз за допомогою штучного інтелекту	Використання аналітики даних, машинного навчання та інших технологій для аналізу фінансових ринків та прийняття інвестиційних рішень.
Цифрові інвестиції	Можливість інвестувати в різноманітні активи через онлайн-платформи та роботизовані портфельні менеджери.
Краудфандинг та краудлєндинг	Цифрові платформи, що дозволяють залучати гроші від індивідуальних інвесторів або кредиторів для реалізації проектів чи отримання кредитів.
Цифрова інфраструктура фінансового ринку	Розробка та впровадження цифрових інфраструктур, які покращують ефективність операцій на фінансових ринках, включаючи цифрові обмінні платформи, розрахункові системи тощо.
Фінансова кібербезпека	Заходи для захисту фінансових транзакцій та даних від кіберзагроз

Джерело: сформовано автором на базі [2, 7, 8, 10, 11, 12].

Сучасний фінансовий інструментарій базується на швидкому розвитку технологій та відображає високий рівень цифрової трансформації у фінансовому секторі. Цей фінансовий інструментарій розвивається на тлі швидкого росту цифрової економіки, допомагаючи удосконалювати фінансові процеси, зростати ефективність та забезпечувати нові можливості для бізнесу та споживачів.

Фінансовий інструментарій в цифровій інклюзії орієнтований на те, щоб забезпечити фінансовий доступ і участь різних груп населення в цифровому суспільстві. Основні аспекти фінансового інструментарію в цифровій інклюзії включають наступні складові, що представлено на рис. 1.



Джерело: представлено на основі джерел [3, 5, 11, 13, 15, 16].

Рис. 1. Фінансові інструменти цифрової інклюзії

Отже, цифрова інклюзія з точки зору своєї фінансової складової дає можливість забезпечення доступу до електронних платіжних систем і мобільних грошей для осіб, які можуть бути віддаленими від традиційних фінансових установ. Це може включати в себе мікрофінансові послуги, які дозволяють здійснювати невеликі транзакції через мобільні телефони. При цьому забезпечується також розвиток цифрових банківських послуг, які дозволяють віддалено відкривати рахунки, здійснювати операції та користуватися банківськими послугами через Інтернет або мобільні додатки.

Використання мобільних технологій для надання різноманітних фінансових послуг, таких як мобільні гроші, мікрокредитування, мобільні платежі та інші призводять до необхідності використання цифрових гарантів, які значно спрощують здійснення безготівкових операцій та забезпечують зберігання грошових активів в цифровому форматі.

Цифрова інклюзія та її фінансові інструменти стають сьогодні для малого та середнього бізнесу необхідним інструментом, який забезпечує доступ до цифрових кредитів, які можна отримати онлайн, зменшуючи бюрократичні бар'єри та ризики. Також відбувається розширення фінансових інструментів для малих підприємств, таких як онлайн-кредитування, електронний облік та інші фінтех-рішення.

Забезпечення широкосмугового Інтернет-доступу в сільських та віддалених областях для підтримки використання цифрових фінансових інструментів, розробка та надання фінансової освіти через цифрові канали для забезпечення фінансової грамотності індивідів, надання доступу до цифрових страхових продуктів, які можуть бути легко укладені та керовані через мобільні додатки або онлайн-платформи допомагають зменшити фінансовий відступ та створює умови для участі всіх верств населення в цифровій економіці.

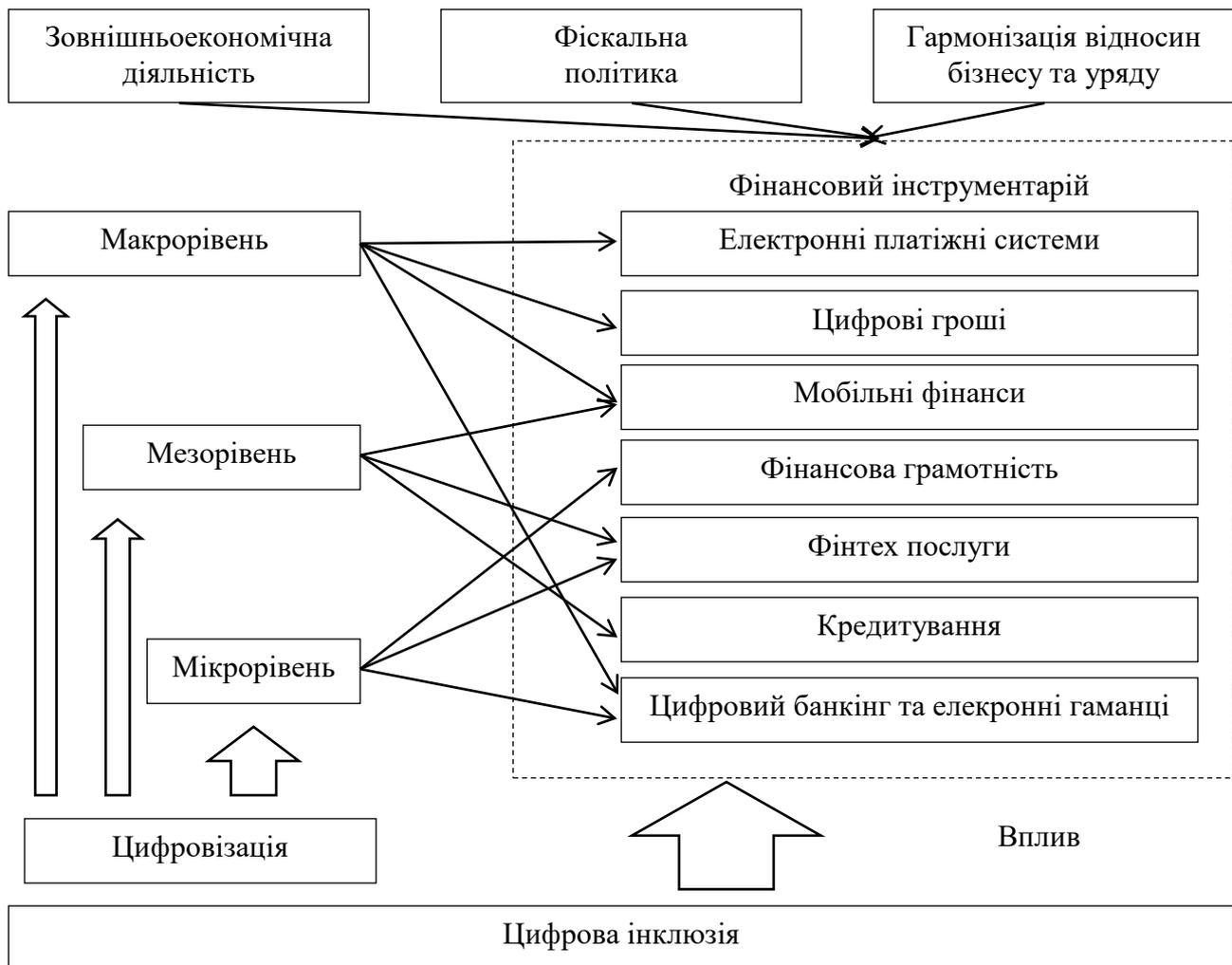
Забезпечення доступу до цих інструментів сприяє розширенню участі різних соціальних груп у цифровій економіці та сприяє соціально-економічному розвитку. Реалізація цифрової інклюзії в фінансовій сфері важлива для створення справедливого та рівноправного фінансового середовища.

Зазначене вище дає можливість представлення методичного підходу до формування комплексу фінансового інструментарію бізнесу в умовах цифрової інклюзії, що представлено на рис. 2.

Представлений методичний підхід дозволяє врахувати наступні складові: забезпечення публічної звітності щодо результатів використання цифрового фінансового інструментарію для створення довіри серед клієнтів та партнерів; підтримка культури інновацій та впровадження експериментальних рішень виявлення нових можливостей та покращень; розвиток кадрового потенціалу в галузі цифрового фінансового управління та технологій; можливості входження до фінансових екосистем та взаємодія з іншими учасниками економічного процесу для забезпечення повного спектру фінансових послуг;

можливість оновлення і розширення цифрового інструментарію з урахуванням змін у бізнес-середовищі та технологічних тенденціях; можливості співпраці з іншими фінансовими установами та технологічними компаніями для вдосконалення інновацій та обміну досвідом; розробка заходів та плану дій у випадку виникнення надзвичайних ситуацій, таких як кібератаки або технічні збої; доступність та зручність використання цифрових фінансових інструментів для різних соціальних груп; можливості інтеграції нових цифрових інструментів з вже існуючими фінансовими та управлінськими системами.

Використовуючи цей методичний підхід, компанії можуть ефективно формувати та впроваджувати цифровий фінансовий інструментарій, сприяючи розвитку бізнесу в умовах цифрової інклюзії.



Джерело: складено авторами.

Рис. 2. Методичний підхід до формування комплексу фінансового інструментарію бізнесу в умовах цифрової інклюзії

Висновки. Таким чином, розвиток фінансового інструментарію бізнесу в умовах цифрової інклюзії відбувається в контексті зростання доступності та використання цифрових технологій у сфері фінансів. Цифрова інклюзія передбачає залучення різних груп населення, включаючи ті, які раніше мали обмежений доступ до фінансових послуг, до цифрового

фінансового екосистеми. Основні аспекти розвитку фінансової інструментарію бізнесу в умовах цифрової інклюзії включають:

- розширення можливостей безготівкових платежів для підприємств та споживачів. Сприяє зменшенню бар'єрів при проведенні транзакцій та робить фінансові послуги доступнішими. Використання цифрових інструментів для збору пожертв, підписок та інших платежів через Інтернет, а також розвиток інфраструктури для онлайн-продажів та платежів, що дозволяє підприємствам розширювати свої ринки та залучати нових клієнтів.;

- розвиток онлайн-банкінгу та мобільних додатків, які дозволяють підприємствам відкривати рахунки, здійснювати транзакції та отримувати фінансові послуги віддалено. Зручний інструмент для управління фінансами та обліку рахунків, що полегшує взаємодію підприємств та їхніх клієнтів;

- надання новаторських фінансових рішень, таких як онлайн-кредитування, факторинг, краудфандинг та інші, що сприяють розвитку малих бізнесів. Розробка додатків, які допомагають у фінансовому плануванні, аналізі витрат та управлінні фінансами для малих підприємств. Використання технологій для швидкого та зручного отримання кредитів, включаючи альтернативні джерела фінансування, такі як пірінгове кредитування. Застосування блокчейн-технологій для створення децентралізованих фінансових сервісів, таких як смарт-контракти та криптовалюти платіжів;

- забезпечення доступу до різних інвестиційних можливостей для підприємств та індивідуальних інвесторів через онлайн-платформи та роботизовані портфельні менеджери;

- впровадження технологій для забезпечення доступу до страхових послуг через Інтернет, полегшення укладення полісів та врегулювання страхових випадків.

- створення спеціалізованих цифрових інструментів, спрямованих на розвиток фінансового сектору та підтримку підприємництва в країнах з низьким рівнем фінансової розвиненості. Також важливим є створення цифрових навчальних ресурсів для підвищення рівня фінансової грамотності серед підприємців та споживачів;

Розвиток цих фінансових інструментів в умовах цифрової інклюзії сприяє збільшенню доступу до фінансових послуг для різних груп бізнесу та споживачів, що сприяє створенню більш інклюзивної та ефективної фінансової системи.

Загальний розвиток цих та подібних фінансових інструментів в умовах цифрової інклюзії сприяє створенню більш доступного та інклюзивного фінансового середовища, де різні бізнеси та індивіди можуть користуватися цифровими технологіями для досягнення своїх фінансових цілей.

References

1. Arefiev, S., Shevchenko, I., Savkiv, U., Hovsieiev, D., Tsizhma, Y. (2023). Management of the global competitiveness of companies in the field of electronic commerce in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(4), 1527–1537.
2. Desyatnyuk, O., Muravskiy, V., Shevchuk, O., Oleksiiv, M. (2022). Dual use of Internet of Things technology in accounting automation and cybersecurity. *12 th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT* 360–363. DOI: 10.1109/ACIT54803.2022.9913080,

Література

1. Arefiev S., Shevchenko I., Savkiv U., Hovsieiev D., Tsizhma Y. Management of the global competitiveness of companies in the field of electronic commerce in the conditions of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2023. 101(4). P. 1527–1537.
2. Desyatnyuk O., Muravskiy V., Shevchuk O., Oleksiiv M. Dual use of Internet of Things technology in accounting automation and cybersecurity. *12 th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT*. 2022.

- URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85141153727&origin=resultslist&sort=plf-f>.
3. Doran, J., McCarthy, N., O'Connor, M. (2018). The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1442093. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>.
4. Florek-Paszowska, A., Ujwary-Gil, A., Godlewska-Dzioboń, B. (2021). Business innovation and critical success factors in the era of digital transformation and turbulent times. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(4), 7–28. <https://doi.org/10.7341/20211741>.
5. Gallego-Losada, M.-J., Montero-Navarro, A., García-Abajo, E., Gallego-Losada, R. (January, 2023). Digital financial inclusion. Visualizing the academic literature. *Research in International Business and Finance*, Vol. 64. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2022.101862>.
6. Gupta, J., Cornelissen, V., Ros-Tonen, M. (2015). Inclusive development. *Encyclopedia of Global Environmental Governance and Politics*. Cheltenham, 2015. P. 35–44.
7. Kantis, H. D., Federico, J. S., García, S. I. (2020). Entrepreneurship policy and systemic conditions: Evidence-based implications and recommendations for emerging countries. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72, 100872. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100872>.
8. Kshetri, N. (2021). Blockchain and supply chain management. Amsterdam: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/C2020-0-02868-9>.
9. Liu, J., Loan, K., Mousa, S., Ali, A., Muda, I., Cong, P. (January 2023). Sustainability and natural resources management in developed countries: The role of financial inclusion and human development. *Resources Policy*, Vol. 80. URL: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103143>.
10. Rubmann, M. (2015). Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries. P. 360–363. DOI: 10.1109/ACIT54803.2022.9913080. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85141153727&origin=resultslist&sort=plf-f>.
3. Doran J., McCarthy N., O'Connor M. The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics & Finance*. 2018. 6(1). 1442093. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>.
4. Florek-Paszowska A., Ujwary-Gil A., Godlewska-Dzioboń B. Business innovation and critical success factors in the era of digital transformation and turbulent times. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*. 2021. 17(4). P. 7–28. <https://doi.org/10.7341/20211741>.
5. Gallego-Losada M.-J., Montero-Navarro A., García-Abajo E., Gallego-Losada R. Digital financial inclusion. *Visualizing the academic literature. Research in International Business and Finance*. January, 2023. Vol. 64. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2022.101862>.
6. Gupta J., Cornelissen V., Ros-Tonen M. Inclusive development. *Encyclopedia of Global Environmental Governance and Politics*. Cheltenham, 2015. P. 35–44.
7. Kantis H. D., Federico J. S., García S. I. Entrepreneurship policy and systemic conditions: Evidence-based implications and recommendations for emerging countries. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2020. 72. 100872. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100872>.
8. Kshetri N. Blockchain and supply chain management. Amsterdam: Elsevier, 2021. <https://doi.org/10.1016/C2020-0-02868-9>.
9. Liu J., Loan K., Mousa S., Ali A., Muda I., Cong P. Sustainability and natural resources management in developed countries: The role of financial inclusion and human development. *Resources Policy*. January 2023. Vol. 80. URL: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103143>.
10. Rubmann M. Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in

- The Boston Consulting Group. Inc. URL: https://www.bcg.com/publications/2015/engineered_products_project_business_industry_4_future_productivity_growth_manufacturing_industries.aspx.
11. Pacetti-Garr, E. (2016). The Five Characteristics of an Inclusive Economy: Getting Beyond the EquityGrowth Dichotomy. Rockfeller Foundation. URL: <https://www.rockefellerfoundation.org/blog/five-characteristics-inclusive-economy-getting-beyond-equity-growth-dichotomy/>
12. Kotler, Ph., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Somerset: Wiley. 208 p.
13. Bazyliuk, A. V., Zhulyan, O. V. (2015). Inklyuzyvne zrostantia yak osnova sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Inclusive growth as the basis of socio-economic development]. *Ekonomika ta upravlinnia na transporti = Economy and transport management*, Vol. 1, P. 19–29 [in Ukrainian].
14. Krysovaty, A. I., Sokhatska, O. M., Skavronska, I. V. et al. (2018). Chetverta promyslova revoliutsiia: zmina napriamiv mizhnarodnykh investytsiinykh potokiv: monohrafiia [The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph]. Ed. A. I. Krysovaty and O. M. Sokhatska. Ternopil: Osadtsa Yu. V. 480 p. [in Ukrainian].
15. Krysovaty, A. I., Desyatnyuk, O. M., Ptashchenko, O. V. (2023). Digital inclusion: financial and marketing aspects. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of Strategic Economic Research*, № 3 (14), P. 93–102. DOI: 10.30857/2786-5398.2023.3.10. URL: <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2023/08/3-2023-10.pdf>.
16. Chernobai, L., Ptashchenko, O., Malykhina, S., Verezomska, I., Yaremchuk, S. (2022). Problemy ta perspektyvy zastosuvannia stratehii upravlinnia personalom mizhnarodnykh kompanii v ukrainskii biznes-praktytsi [Problems and prospects of applying personnel management strategies of international companies in Ukrainian business practice]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, No. 1 (42), P. 406–414. <https://doi.org/10.55643/fcapt.1.42.2022.3661>. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3661> [in Ukrainian].
- Manufacturing Industries. The Boston Consulting Group. Inc. 2015. URL: https://www.bcg.com/publications/2015/engineered_products_project_business_industry_4_future_productivity_growth_manufacturing_industries.aspx.
11. Pacetti-Garr E. The Five Characteristics of an Inclusive Economy: Getting Beyond the EquityGrowth Dichotomy. Rockfeller Foundation, 2016. URL: <https://www.rockefellerfoundation.org/blog/five-characteristics-inclusive-economy-getting-beyond-equity-growth-dichotomy/>
12. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Somerset: Wiley, 2016. 208 p.
13. Базиліук А. В., Жулин О. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку. *Економіка та управління на транспорті*. 2015. Вип. 1. С. 19–29.
14. Крисоватий А. І., Сохацька О. М., Скавронська І. В. та ін. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: монографія. За наук. ред. А. І. Крисоватого та О. М. Сохацької. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. 480 с.
15. Крисоватий А. І., Десятнюк О. М., Птащенко О. В. Digital inclusion: financial and marketing aspects. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 3 (14). С. 93–102. DOI: 10.30857/2786-5398.2023.3.10. URL: <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2023/08/3-2023-10.pdf>.
16. Чернобай Л., Птащенко О., Малихіна С., Верезомська І., Яремчук С. Проблеми та перспективи застосування стратегій управління персоналом міжнародних компаній в українській бізнес-практиці. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. No. 1 (42). P. 406–414. <https://doi.org/10.55643/fcapt.p.1.42.2022.3661>. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3661>.

УДК 339

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.4

Юлія С. Балюк

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна
**МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Стратегії відновлення економіки України передбачають розвиток експортно-імпоротної діяльності підприємств. В зв'язку з цим актуальними є вирішення проблем формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств. В статті наведено методичний підхід формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств, який складається з відповідних етапів та містить зміст завдань етапів, методів вирішення завдань, наведено очікувані результати. Пропонована система показників розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємства. Система показників має задовольнати відповідним вимогам. Предметом дослідження є оцінка розвитку експортно-імпоротної діяльності. Мета полягає в обґрунтуванні застосування задачі розділення суміші для визначення змін процесів розвитку експортно-імпоротної діяльності. Завдання: розробити методичне забезпечення формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств. Використовуються загальнонаукові методи: системний аналіз для визначення змістовної сутності розвитку експортно-імпоротної діяльності; кластерний аналіз – для вирішення задачі розділення сукупності значень показників на однорідні підсукупності; інструменти описової статистики – для визначення числових характеристик розподілу значень показників. Рекомендовано для оцінки розвитку експортно-імпоротної діяльності, а саме для визначення стадії змін її показників, розв'язувати задачу розділення суміші. Це надає можливості ідентифікувати процес розвитку в часі, його стадії. Отримано такі результати: на основі проведеного узагальнення та систематизації рекомендацій вітчизняних вчених розроблено методичне забезпечення формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності, аналітичним підґрунтям якого є визначення змін, які обумовлюють розвиток, за кожною характеристикою експортно-імпоротної діяльності. Висновок: розв'язування задачі розділення суміші надає можливості ідентифікувати зміни, які обумовлюють розвиток, та об'єктивно оцінити стан експортно-імпоротної діяльності для обґрунтування значень показників в стратегії, що забезпечує її дієвість.

Ключові слова: *розвиток експортно-імпоротної діяльності; методичний підхід; задача розділення суміші; зміни; що обумовлюють розвиток; стратегія.*

Yliia S. Baliuk

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

**METHODOLOGICAL ENSURING THE FORMATION OF THE DEVELOPMENT
STRATEGY OF THE EXPORT-IMPORT ACTIVITIES OF ENTERPRISES**

The recovery strategies for Ukraine's economy involve developing export-import activities of enterprises. Consequently, addressing issues related to the formation of a strategy for the development of export-import activities of enterprises is relevant. The article presents a methodical approach to forming strategies for the development of export-import activities at enterprises, which consists of relevant stages and includes the content of tasks for each stage, methods of task solution, and expected results. The system of indicators of the development of export-import activities is proposed. The system of indicators must meet the relevant requirements. The subject of the study is the assessment of the development of export-import activities. The goal is to justify the application of the mixture separation task to determine changes in the processes of export-import activities

development. The task is to develop methodical support for forming strategies for the development of export-import activities at enterprises. General scientific methods are employed, such as system analysis to determine the substantive essence of export-import activity development, cluster analysis to address the task of partitioning a set of indicator values into homogeneous subsets, and descriptive statistical tools to ascertain numerical characteristics of indicator value distributions. It is recommended to solve the problem of separating the mixture in order to assess the development of export-import activity, namely to determine the stage of changes in its indicators. This makes it possible to identify the development process over time, its stages. The obtained results include the methodical support for the formation of a strategy for the development of export-import activities based on the conducted generalization and systematization of recommendations from domestic scientists. Its analytical basis includes identifying changes that determine development for each characteristic of export-import activities. The conclusion is that solving the task of separating a mixture allows for identifying changes that drive development and objectively assessing the state of export-import activities to substantiate indicator values in a strategy that ensures its effectiveness.

Keywords: *development of export-import activities; methodical approach; mixture separation task; development-driven changes; strategy.*

Постановка проблема. Одним із завдань у повоєнному відновленні України є зміцнення експортного сектору. Планується реконструкція економіки на засадах інноваційного оновлення з використанням наявного виробничого та ресурсного потенціалу з входженням промислових видів діяльності в глобальні ланцюги створення доданої вартості. Про необхідність наукового обґрунтування цього плану говорять відомі вчені, як В.М. Геєць [1], А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник [2] та інші. В зв'язку з цим у прискоренні входження України в європейський та світовий економічний простір особлива увага приділяється експортно-імпорتنій діяльності промислових підприємств. Згідно розпорядження Кабінету Міністрів України затверджено план дій з реалізації Стратегії зовнішньоекономічної діяльності України від 18 квітня 2023 р. № 327-р. економічна компонента зовнішньоекономічної стратегії України передбачає такі дії, як сприяння українським експортерам виходу на зовнішні ринки та їх захисту за кордоном, залучення іноземних інвестицій в економіку України, удосконалення та створення нових механізмів взаємодії держави і бізнесу, залучення міжнародної технічної, консультативної та фінансової допомоги для відновлення економіки, транспортної та енергетичної інфраструктури, вирішення соціальних проблем, забезпечення роботи спільних міжурядових комісій, впровадження дій щодо комунікації між країнами, створення Офісу сприяння інвестиціям та технологіям в Україні, відкриття доступу до програм міжнародних досліджень та експериментів, поглиблення співробітництва з Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), удосконалення систем обміну попередньою митною інформацією з державами світу, забезпечення присутності України в роботі Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО) [3]. Підтверджуючи дружнє, партнерське ставлення до України, провідні країни за допомогою створення системи Страхування воєнних ризиків заохочують інвестиції до нашої країни. Наприклад, Багатостороннє агентство з гарантій інвестицій (MIGA) Групи Світового банку із залученням Трастового фонду підтримки реконструкції та економіки України (SURE) забезпечує гарантії в страхуванні воєнних ризиків в Україні [4]. Державна підтримка розвитку експортно-імпорتنій діяльності передбачає науково обґрунтоване формування відповідної стратегії на підприємстві, що підтверджує необхідність та актуальність дослідження цієї проблеми.

Аналіз сучасної літератури. Вирішенням проблем формування стратегій розвитку підприємства займались багато вітчизняних вчених, зокрема, Л.П. Артеменко,

Ж.М. Жигалевич [5], Р. Гармаш [6], О.І. Гудзь [7], Р.М. Захарчин [8], С.М. Клименко [9], О.І. Кузьмак [10], Ю.С. Погорелов [11], О.В. Тур [12] та інші. В роботах вчених О.Є. Кузьміна [13], В.Г. Лопатовського, О.В. Новицького [14], Я.О. Полякової [15], Л.Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук [14], Л.М. Малярець, І.П. Отенко, Г.В. Моргун [17] та ін. містяться пропозиції формування та розроблення стратегій розвитку зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, експортно-імпортової діяльності. Не дивлячись на значні напрацювання у дослідженнях формування та розроблення стратегій експортно-імпортової діяльності, багато питань залишаються не розглянутими, потребує удосконалення методичне забезпечення, а також оцінка самого процесу розвитку цієї діяльності.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні застосування задачі розділення суміші для визначення змін процесів розвитку експортно-імпортової діяльності.

Результати дослідження. Розвиток експортно-імпортової діяльності обумовлює розвиток промислового підприємства. Одним із напрямів розвитку експортно-імпортової діяльності ґрунтується на нарощенні обсягів експорту результатів інноваційної діяльності і про це говорить відомий вчений з вирішення проблем цієї діяльності О.Є. Кузьмін вирішувати проблему, яка перешкоджає розвитку експорту вітчизняної інноваційної продукції, вчений пропонує на основі удосконаленій моделі митного регулювання експортно-імпортової діяльності підприємств гармонізацію з європейськими митними нормами [13].

В.Г. Лопатовський, О.В. Новицький розглядаючи стратегічні орієнтири підвищення ефективності експортно-імпортової операцій, виділяють типи стратегічної політики, а саме: інноваційний, диверсифікований, інтернаціональний, глобалізаційний, коопераційний [14]. Вчені в розвитку логістичних відносин, страхуванні валютних ризиків, поставках продукції бачать шляхи підвищення ефективності експортно-імпортової операцій для забезпечення економічної безпеки підприємств.

Я.О. Полякова вважає, що доцільно виокремлювати три базові стратегії зовнішньоекономічної діяльності, а саме: експортування, спільне підприємництво, пряме інвестування і при цьому слід виокремлювати відповідні стратегічні альтернативи та враховувати критерії вибору цих стратегій, а саме 1) інтеграції зі споживачем; 2) гнучкості; 3) ресурсних вимог; 4) ризику; 5) використання концепції міжнародного маркетингу; 6) подолання вхідних бар'єрів зовнішнього ринку [15].

Вчені Л.Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук процес формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок розглядають в таких етапах, а саме: визначення місії (визначення змісту існування фірми, її призначення, роль і місце її ринковому середовищі); визначення цілей та задач; оцінка впливу зовнішнього середовища; оцінка внутрішньої структури середовища; визначення та аналіз стратегічних альтернатив, аналіз та вибір стратегій; реалізація стратегій; контроль реалізації стратегій [14].

На основі аналізу робіт вчених, які досліджували проблеми формування та розроблення стратегій експортно-імпортової діяльності, її розвитку рекомендується етапи методичного підходу щодо формування стратегії розвитку цієї діяльності підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Методичний підхід до формування стратегії розвитку експортно-імпортової діяльності підприємств (ЕІДП)

Зміст завдання етапу	Методи вирішення завдань	Очікувані результати
1. Формування цілей та задач розвитку експортно-імпортової діяльності		
Аналіз цілей та задач розвитку ЕІДП	Методи аналізу та синтезу	Перелік цілей та задач розвитку ЕІДП

Продовження табл. 1

Зміст завдання етапу	Методи вирішення завдань	Очікувані результати
2. Загальна оцінка господарської діяльності підприємства		
Аналіз та оцінка господарської діяльності підприємства за відповідною системою показників	Методи економічного аналізу	Перелік особливостей діяльності конкретного промислового підприємства
3. Проведення SWOT-аналізу		
Визначення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз діяльності підприємства	Економічний аналіз	Перелік сильних та слабких сторін, можливостей та загроз діяльності підприємства
4. Опис конкурентного середовища підприємства та позиції підприємства в ньому		
Аналіз діяльності конкурентів підприємства на ринку. Визначення конкурентної позиції підприємства	Економічний аналіз, стратегічний аналіз	Перелік конкурентів-лідерів на ринку. Визначена конкурентна позиція підприємства
3. Формування системи показників розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємства		
Обґрунтування системи показників, яка відображає складові розвитку експортно-імпоротної діяльності	Методи аналізу та синтезу	Система показників розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємства
4. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на рівень розвитку експортно-імпоротної діяльності		
Визначення основних факторів зовнішнього середовища, які впливають на рівень розвитку ЕІД	Багатофакторний регресійний аналіз, факторний аналіз, метод коінтеграції	Перелік основних факторів зовнішнього середовища, які впливають на рівень розвитку ЕІД
5. Оцінка впливу факторів внутрішнього середовища на рівень розвитку ЕІДП		
Визначення факторів внутрішнього середовища, які впливають на рівень розвитку ЕІДП	Багатофакторний регресійний аналіз, факторний аналіз	Перелік факторів внутрішнього середовища, які впливають на рівень розвитку ЕІДП
6. Прогнозування показників розвитку ЕІДП		
Визначення прогнозу значень показників розвитку ЕІДП	Криві зростання	Прогнозні значення показників розвитку ЕІДП
7. Формування набору стратегічних орієнтирів розвитку ЕІДП		
Визначення стратегічних орієнтирів розвитку ЕІДП	Сценарне прогнозування	Набір стратегічних орієнтирів розвитку ЕІДП
8. Вибір стратегії ефективного використання ЕПП		
Визначення стратегії розвитку ЕІДП	Стратегічний аналіз, економічний аналіз, метод коінтеграції	Стратегія розвитку ЕІДП

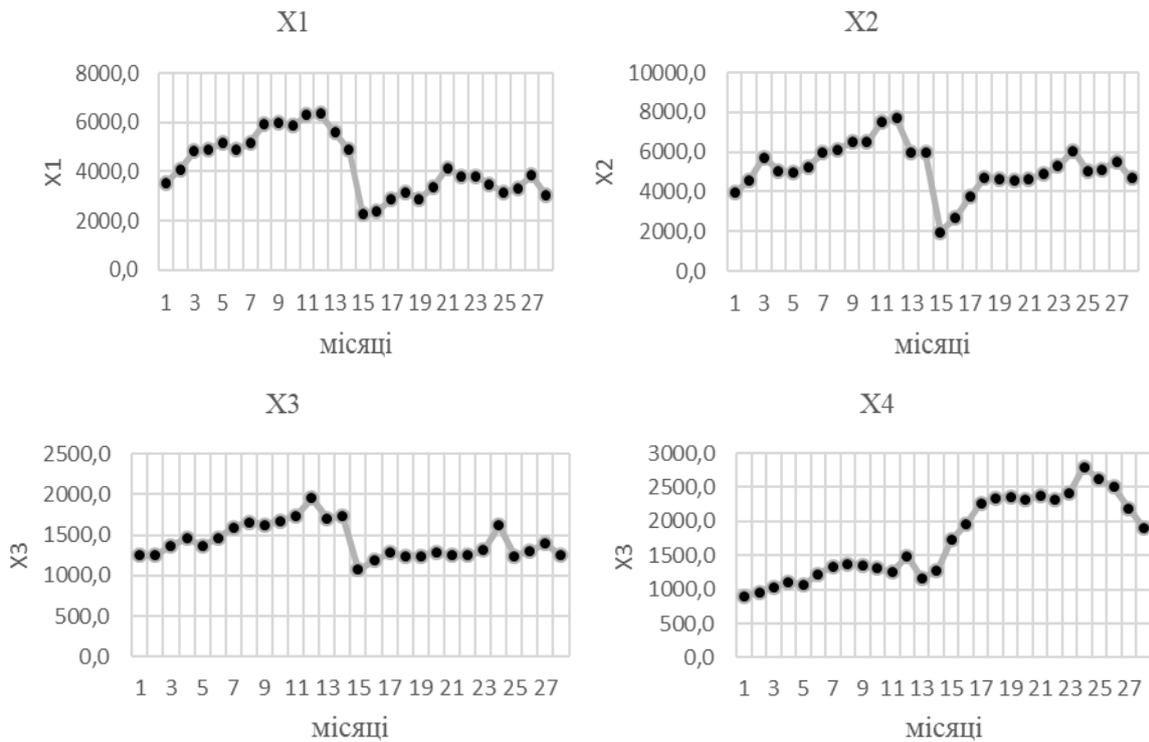
Джерело: розроблено автором.

Одним із важливих етапів методичного підходу до формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств є обґрунтування системи показників розвитку

цієї діяльності. Система показників має відображати складові розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємств та задовольняти вимогам, а саме: адекватності у відображенні змістовної суті розвитку; достовірності у відображенні відповідних властивостей розвитку цієї діяльності; доступності тобто міститись в різних формах звітності або можливістю обчислення на підприємстві; актуальності тобто можливості збереження цінності інформації протягом певного періоду; своєчасності тобто надходження до відповідного періоду часу; стійкості, що передбачає володіння властивістю зберігати точність; точністю, яка здебільшого ґрунтується на документальній основі, різних формах звітності і обліку; бути багатовимірною; вимірюватись за допомогою метричних і неметричних величин; складатись з частинних та інтегральних показників; містити інформацію, порівнянну в просторі та часі, бути евристичною тобто уможливлувати отримання нових знань [18]. Аналіз рекомендацій відомих вчених щодо показників розвитку експортно-імпоротної діяльності свідчить про доцільність включення до цієї системи таких показників, як: рентабельність діяльності (%); виручка від реалізації продукції на експорт (тис. грн); темп зміни поставок на експорт; темп змін імпорту; рівень продуктової диверсифікації експорту; частка продукції, сертифікованої на відповідність міжнародним стандартам; коефіцієнт ефективності експортних операцій; коефіцієнт ефективності імпорتنних операцій; рівень використання виробничих потужностей (%); капітальні інвестиції усього (тис. грн); продуктивність праці одного працюючого ПВП (тис. грн/особу/міс); питома вага працівників, які здійснюють науково-технічну діяльність (%); активи, усього (тис. грн); оборотні активи (тис. грн).

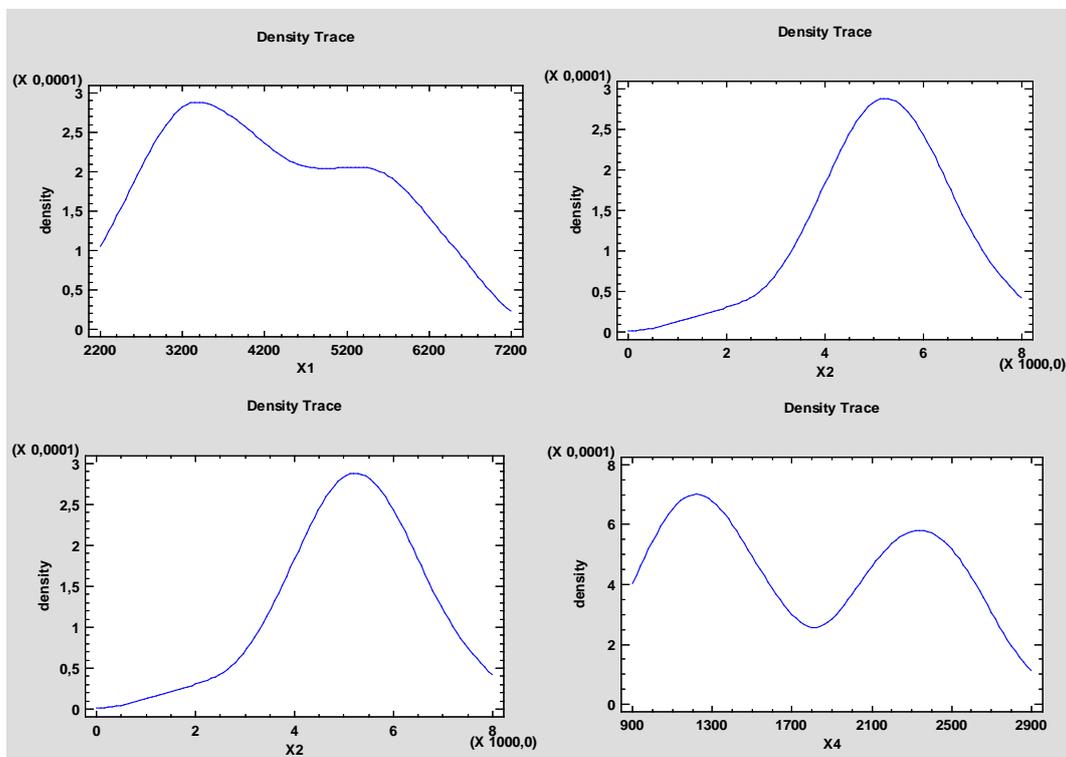
Формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності ґрунтується на оцінці цього розвитку. Розглядаючи розвиток як процес, в якому відбувається незворотна, спрямована в часі, закономірна зміна властивостей [18]. Головні особливості процесів розвитку виражає зміст основних законів діалектики – єдності боротьби протилежностей, переходу кількісних змін у якісні, заперечення заперечень. Тому спочатку слід встановити зміни, які обумовлюють розвиток, за кожною характеристикою експортно-імпоротної діяльності окремо. Цю аналітичну задачу розглянемо на прикладі щомісячних значень макроекономічних показників протягом 2021–2023 рр. (квітень включно), а саме: обсяги експорту товарів (X_1 , млн дол. США), імпорт товарів (X_2 , млн дол. США), обсяги експорту послуг (X_3 , млн дол. США), імпорт послуг (X_4 , млн дол. США). На рис. 1 представлено динаміку значень цих макроекономічних показників України [19].

Аналіз рис. 1. показує різку зміну значень означених показників в 15 місяці, що відповідає березню 2022 року. Для визначення розвитку експортно-імпоротної діяльності необхідно визначити розвиток кожної її характеристики, яка відображається показником тобто встановити стадії змін його значень. Для виявлення цих перетворень в економіці математики рекомендують застосовувати декілька методів, одним з яких є метод розділення суміші. Задача розділення суміші є складною задачею в математиці. Багатовимірний аналіз великих масивів статистичних даних в економіці в більшості випадків оснований на гіпотезі про їх нормальний розподіл, яка часто не виконується. Практично любі відхилення від нормальності розподілу можуть бути пояснені тим, що вибірка, сукупність не являється однорідною, а складається з декількох нормально розподілених підсукупностей [20]. Доцільно скористатись рекомендаціями В.С. Пономаренко, Л.М. Малярець [21], які для розділення суміші пропонують використовувати на першому етапі кластерний аналіз, який дозволить по даним суміші визначити число компонент та їх склад. Спочатку для оцінки розвитку характеристик експортно-імпоротної діяльності України протягом 2021–2023 рр. (квітень включно) щомісячно на основі вирішення задачі розподілу суміші необхідно побудувати слід функції щільності показників обсягу експорту товарів (X_1), імпорту товарів (X_2), обсягу експорту послуг (X_3), імпорту послуг (X_4) (рис. 1).



Джерело: складено автором на основі джерела [19].

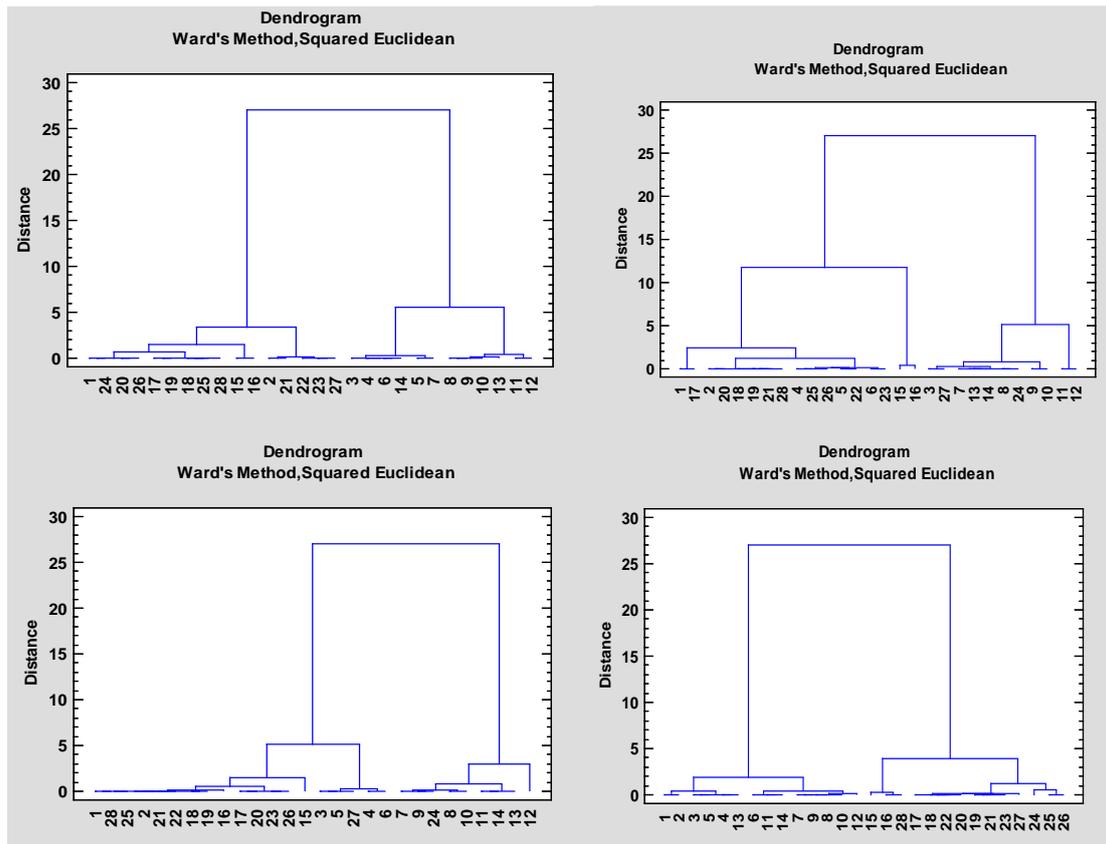
Рис. 1. Динаміка значень показників експортно-імпорتنної діяльності в Україні протягом 2021–2023 рр. (квітень включно) щомісячно



Джерело: розроблено автором.

Рис. 1. Слід функції щільності показників експортно-імпорتنної діяльності протягом 2021–2023 рр. (квітень включно) щомісячно

Отже, зміни значень показників експортно-імпортової діяльності свідчать про неоднорідність сукупності, яка складається з декількох нормально розподілених підсукупностей. Для розділення неоднорідних сукупностей означених показників експортно-імпортової діяльності в країні рекомендується використати кластерний аналіз, і визначити число і склад однорідних підсукупностей. На рис. 2 приведені результати обчислень процедури Уорда у вигляді дендрограм, які наглядно демонструють існування двох основних класів у всіх показниках.



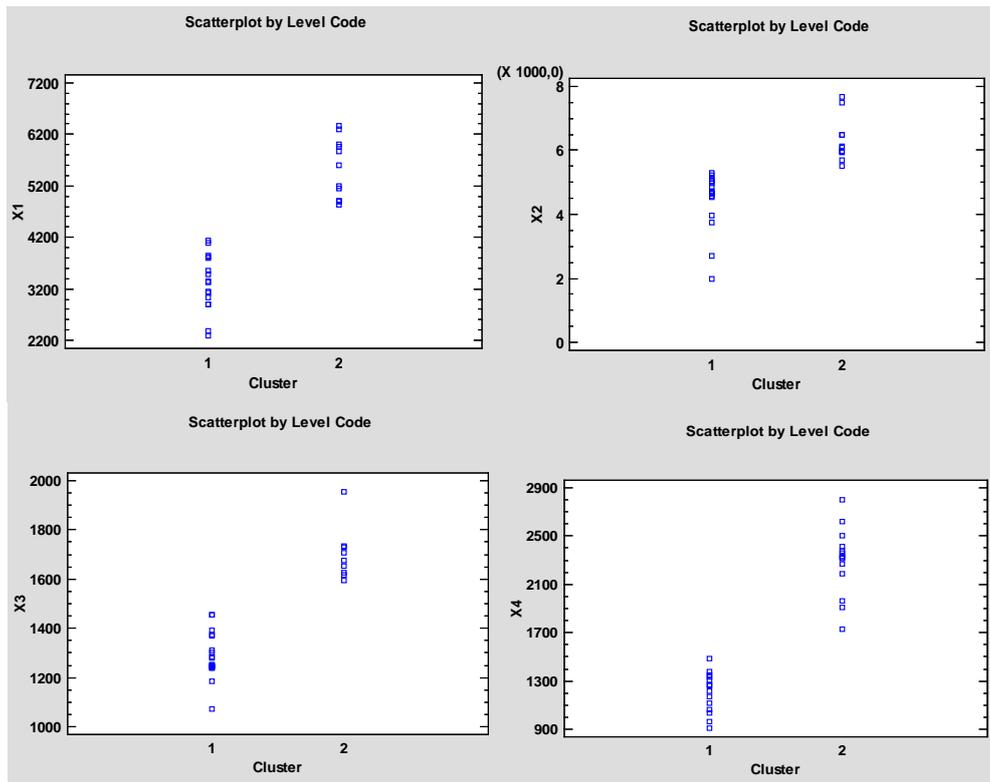
Джерело: розроблено автором.

Рис. 2. Дендрограми розшарування значень показників експортно-імпортової діяльності протягом 2021–2023 рр. (квітень включно) щомісячно

На рис. 3 графічно представлено розкид значень величини за двома вибірками кожного показника, який також підтверджує радикальні їх відмінності. Для ідентифікації цих кластерів доцільно обчислити числові характеристики обох кластерів та порівняти.

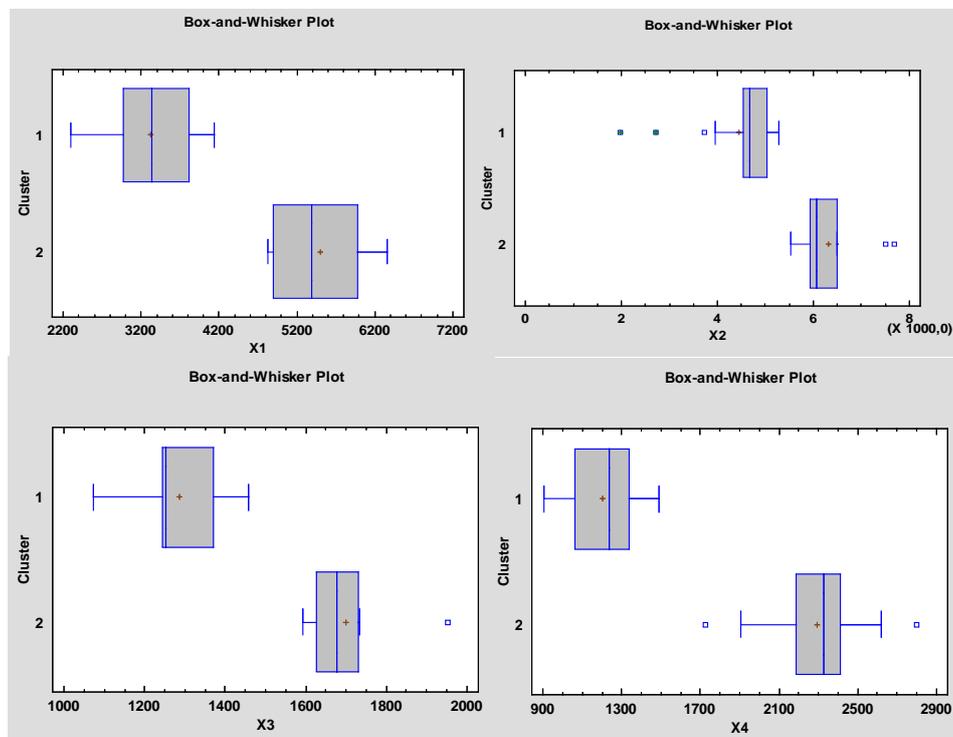
Для визначення відмінності числових характеристик розподілів значень показників в кластері рекомендується обчислювати блочну діаграму, що містить п'ять базових характеристик одновимірного набору величин для кожної вибірки (рис. 4).

Аналіз рис. 4 свідчить, що значення кожного показника експортно-імпортової діяльності підпорядковують двом розподілам, які мають різні числові характеристики. Для ідентифікації стадій розвитку необхідно обчислити усталені характеристики цих розподілів значень показників. В табл. 2 наведено усталені характеристики кожного розподілу значень показників, які досліджуються.



Джерело: розроблено автором.

Рис. 3. Графік розкиду значень кожного показника експортно-імпорتنної діяльності за двома кластерами



Джерело: розроблено автором.

Рис. 4. Блочна діаграма одновимірному набору даних для кожної з двох вибірок кожного показника експортно-імпорتنної діяльності

Таблиця 2

Усталені характеристики розподілу значень показників експортно-імпоротної діяльності

Показник	Медіана Me		Стандартизоване відхилення σ		Зміни в розвитку
	1 кластер	2 кластер	1 кластер	2 кластер	
Обсяг експорту товарів (X_1)	3337,75	5387,0	550,233	582,963	зростання
Обсяг імпорту товарів (X_2)	4672,9	6071,9	903,692	694,868	зростання
Обсяг експорту послуг (X_3)	1252,0	1676,0	92,524	107,86	зростання
Обсяг імпорту послуг (X_4)	1238,5	2326,0	170,201	280,803	зростання

Джерело: розроблено автором.

Висновки. До методичного забезпечення формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності доцільно включити аналітичну задачу оцінки розвитку цієї діяльності, яка надає можливості визначити момент коли зароджується нова ступінь розвитку, новий етап розвитку одномірного процесу та рівень його прогресивності. Діагностувати початок цих змін та величину доцільно на основі розв'язання задачі розділення суміші з використанням кластерного методу на основі методу Уорда. Застосування кластерного аналізу дозволяє визначити кількість компонент (вона може бути більше двох), їх склад та характеристики нормально розподілених підсукупностей, причому цей розв'язок усталений до наявності викидів.

Процес формування стратегії розвитку експортно-імпоротної діяльності має методично реалізуватись за відповідною логікою етапів. Пропонований методичний підхід надає можливості на науковому підґрунті розробляти стратегію розвитку експортно-імпоротної діяльності, що обумовлює її дієвість, раціональність, об'єктивність.

References

Література

- | | |
|--|--|
| <p>1. Heiets, V. M. (2023). Formuvannia profilu stratehichno vazhlyvykh vydiv promyslovoi diialnosti v Ukraini (pohliad na perspektyvu) [Formation of the profile of strategically important types of industrial activity in Ukraine (perspective view)]. <i>Ekonomika Ukrainy = Ukraine economy</i>, № 9 (742), P. 3–29 [in Ukrainian].</p> <p>2. Mazarakі, A. A., Melnyk, T. M. (2022). Ekonomichna bezpeka Ukrainy v umovakh rosiiskoi ahresi [Economic security of Ukraine in the conditions of russian aggression]. <i>SCIENTIA FRUCTUOSA (VISNYK Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu = BULLETIN of Kyiv National University of Trade and Economics)</i>, Vol. 145, № 5, P. 4–28 [in Ukrainian].</p> <p>3. Pro zatverdzhennia planu dii z realizatsii Stratehii zovnishnopolitychnoi diialnosti Ukrainy: Rozporiadzhennia Kabinet ministriv Ukrainy [On the approval of the action plan for the implementation of the Strategy of Foreign Policy of Ukraine: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 18, 2023 No. 327-r]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/</p> | <p>1. Геєць В.М. Формування профілю стратегічно важливих видів промислової діяльності в Україні (погляд на перспективу). <i>Економіка України</i>. 2023. № 9 (742). С. 3–29.</p> <p>2. Мазаракі А. А., Мельник Т. М. Економічна безпека України в умовах російської агресії. <i>SCIENTIA FRUCTUOSA (ВІСНИК Київського національного торговельно-економічного університету)</i>. 2022. Т. 145, № 5. С. 4–28.</p> <p>3. Про затвердження плану дій з реалізації Стратегії зовнішньополітичної діяльності України: Розпорядження Кабінет міністрів України від 18.04.2023 р. № 327-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/327-2023-%D1%80#Text.</p> |
|--|--|

- laws/show/327-2023-%D1%80#Text [in Ukrainian].
4. Yurchyshyn, V. (2023). Yaki investytsii slid zaluchaty? [What investments should be attracted]. *Sait Tsentru Razumkova = Website of the Razumkov Center*. 06.03.2023. URL: <https://razumkov.org.ua/komentari/yaki-investytsii-slid-zaluchaty> [in Ukrainian].
5. Artemenko, L. P., Huk, O. V., Zhyhalkevych, Zh. M. (2009). Realizatsiia stratehii rozvytku pidpriemstva: synerhichniy pidkhid [Implementation of the enterprise development strategy: a synergistic approach]. *Investytsii: praktyka i dosvid = Investments: practice and experience*, № 19, P. 12–14 [in Ukrainian].
6. Harmash, R. (2023). Stratehii rozvytku promyslovykh pidpriemstv u svitli hlobalizatsiinykh protsesiv [Development strategies of industrial enterprises in the light of globalization processes]. *Akademichni vizii = Academic visions*, № 17 [in Ukrainian].
7. Hudz, O. I. (2018). Stratehiia rozvytku pidpriemstva: sutnist ta klasyfikatsiia [Enterprise development strategy: essence and classification]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, № 18, P. 346–352 [in Ukrainian].
8. Zakharchyn, R. M. (2014). Suchasni vyklyky shchodo formuvannia ekonomichnoi stratehii rozvytku pidpriemstva [Modern challenges regarding the formation of an economic strategy for the development of the enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy = Scientific bulletin of NLTU of Ukraine*, Vol. 24.7, P. 245–250 [in Ukrainian].
9. Klymenko, S. M. (2013). Formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstva z urakhuvanniam ryzykiv [Formation of the enterprise development strategy taking into account risks]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 8, P. 343–347 [in Ukrainian].
10. Kuzmak, O. I. (2016). Innovatsiina stratehiia yak zasib stabilizatsii rozvytku promyslovoho pidpriemstva [Innovative strategy as a means of stabilizing the development of an industrial enterprise]. *Innovatsiina ekonomika = Innovative economy*, № 1–2, P. 114–118 [in Ukrainian].
11. Pohorelov, Yu. S. (2017). Sposoby rozvytku pidpriemstva: umovy ta rezultatyvnist vykorystannia [Ways of enterprise development: conditions and effectiveness of use]. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu = Economic*
4. Юрчишин В. Які інвестиції слід залучати? *Сайт Центру Разумкова*. 06.03.2023. URL: <https://razumkov.org.ua/komentari/yaki-investytsii-slid-zaluchaty>.
5. Артеменко Л. П., Гук О. В., Жигалкевич Ж. М. Реалізація стратегії розвитку підприємства: синергійний підхід. *Інвестиції: практика і досвід*. 2009. № 19. С. 12–14.
6. Гармаш Р. Стратегії розвитку промислових підприємств у світлі глобалізаційних процесів. *Академічні візії*. 2023. № 17.
7. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. С. 346–352.
8. Захарчин Р. М. Сучасні виклики щодо формування економічної стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.7. С. 245–250.
9. Клименко С. М. Формування стратегії розвитку підприємства з урахуванням ризиків. *Бізнес Інформ*. 2013. № 8. С. 343–347.
10. Кузьмак О. І. Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку промислового підприємства. *Інноваційна економіка*. 2016. № 1–2. С. 114–118.
11. Погорелов Ю. С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2017. № 1. С. 76–84.

Journal of Odessa Polytechnic University, № 1, P. 76–84 [in Ukrainian].

12. Tur, O. V. (2015). Formuvannia poniattia stratehiiia rozvytku pidpriemstva [Formation of the concept of enterprise development strategy]. *Intelekt KhKhI = Intelligence XXI*, № 4, P. 38–45 [in Ukrainian].

13. Kuzmin, O. Ye., Zhyhalo, O. Yu. (2020). Rozvytok mytnoho rehuliuвання експортно-імпортої діяльності v umovakh vykorystannia innovatsiinoї yemnosti pidpriemstv [Development of customs regulation of export-import activities in terms of the use of innovative capacity of enterprises]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 4, P. 28–34. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-28-34> [in Ukrainian].

14. Lopatovskyi, V. H., Novitskyi, O. V. (2022). Stratehichni oriientyry pidvyshchennia efektyvnosti eksportno-імпортої operatsii v systemi zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv [Strategic guidelines for increasing the efficiency of export-import operations in the system of ensuring the economic security of enterprises]. *Innovation and Sustainability*, № 4, P. 139–146 [in Ukrainian].

15. Poliakova, Ya. O., Baskovych, D. V. (2017). Kryterii vyboru bazovykh stratehii zovnishnoekonomichnoi діяльності pidpriemstva [Criteria for choosing the basic strategies of the enterprise's foreign economic activity]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 10, P. 80–84 [in Ukrainian].

16. Lypych, L. H., Fateniuk-Tkachuk, A. O. (2007). Stratehii vykhodu pidpriemstv na zovnishni rynky [Strategies for entering foreign markets]. *Kultura narodiv Prychornomor'ia = Culture of the peoples of the Black Sea region*, № 102, P. 146–151 [in Ukrainian].

17. Maliarets, L. M., Otenko, I. P., Morhun, H. V. (2017). Stratehichne upravlinnia eksportno-імпортої діяльності pidpriemstva na zasadakh kontroliну: monohrafiia [Strategic management of export-import activities of the enterprise on the basis of controlling: monograph]. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia. 193 p. [in Ukrainian].

18. Ponomarenko, V. S., Maliarets, L. M., Barannik, I. O., Baliuk, Yu. S. (2023). Polozhennia kontseptsii transformatsii innovatsiinoho rozvytku eksportno-імпортої діяльності sub'iektiv hospodariuvannia u voiennykh i povoiennykh umovakh [The position of

12. Тур О. В. Формування поняття стратегія розвитку підприємства. *Інтелект XXI*. 2015. № 4. С. 38–45.

13. Кузьмін О. Є., Жигало О. Ю. Розвиток митного регулювання експортно-імпортої діяльності в умовах використання інноваційної ємності підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 28–34. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-28-34>.

14. Лопатовський В. Г., Новіцький О. В. Стратегічні орієнтири підвищення ефективності експортно-імпортої операцій в системі забезпечення економічної безпеки підприємств. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 139–146.

15. Полякова Я. О., Баскович Д. В. Критерії вибору базових стратегій зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 10. С. 80–84.

16. Липич Л. Г., Фатенюк-Ткачук А. О. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 102. С. 146–151.

17. Малярець Л. М., Отенко І. П., Моргун Г. В. Стратегічне управління експортно-імпортої діяльністю підприємства на засадах контролінгу: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 193 с.

18. Пономаренко В. С., Малярець Л. М., Бараннік І. О., Балюк Ю. С. Положення концепції трансформації інноваційного розвитку експортно-імпортої діяльності суб'єктів господарювання у воєнних і

- the concept of transformation of innovative development of export-import business entities in war and post-war conditions]. *Problemy ekonomiky = Problems of the economy*, № 2 (56), P. 87–98. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-87-98> [in Ukrainian].
19. Makroekonomichniy ta monetarniy ohliad, cherven 2023 roku [Macroeconomic and Monetary Review, June 2023]. National Bank of Ukraine. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/makroekonomichniy-ta-monetarniy-oglyad-cherven-2023-roku>.
20. Malyarets, L. M., Otenko, V. I., Otenko, I. P., Chepeliuk, M. I. (2021). Assesment the development of the commodity structure a country's exports and imports (case study of Ukraine). *Montenegrin Journal of Economics*, Vol. 17, No. 4, P. 7–16.
21. Ponomarenko, V. S., Maliarets, L. M. (2009). Analiz danykh u doslidzhenniakh sotsialno-ekonomichnykh system: monohr. [Data analysis in socio-economic systems research: monograph]. Kharkiv: VD "INZhEK". 432 p. [in Ukrainian].
- повоєнних умовах. *Проблеми економіки*. 2023. № 2 (56). С. 87–98. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-87-98>.
19. Макроекономічний та монетарний огляд, червень 2023 року. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/makroekonomichniy-ta-monetarniy-oglyad-cherven-2023-roku>.
20. Malyarets L. M., Otenko V. I., Otenko I. P., Chepeliuk M. I. Assesment the development of the commodity structure a country's exports and imports (case study of Ukraine). *Montenegrin Journal of Economics*. 2021. Vol. 17, No. 4. P. 7–16.
21. Пономаренко В. С., Малярець Л. М. Аналіз даних у дослідженнях соціально-економічних систем: моногр. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2009. 432 с.

УДК 330.117:338.43

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.5

Лілія А. Буяк

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна
**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ
ДО ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРОБІЗНЕСУ**

Цифрова трансформація стала важливим фактором у розвитку агробізнесу, і її актуальність визнається як ключовий елемент для покращення сільськогосподарського виробництва. У цьому контексті розглядається важливість цифрової трансформації в аграрному секторі та її вплив на різні сфери сільськогосподарської діяльності. Впровадження цифрових технологій дозволяє забезпечувати моніторинг та ефективне використання ресурсів, а також створює прозорий ланцюг постачання. Інтеграція цифрових рішень управління великими даними та використання штучного інтелекту дозволяє аналізувати та передбачати розвиток виробничих процесів. Впровадження цифрової трансформації сприяє оптимізації виробництва, підвищенню якості продукції та створенню прозорого та динамічного ланцюгу постачання. Активне використання цифрових технологій стає стратегічним кроком для підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору в сучасних умовах. У статті висвітлено фундаментальні аспекти концепції "цифрової економіки" та «цифрової трансформації», надано доктринальні визначення цих понять. Розглянуто процеси формування та еволюції цифрової економіки України, а також проведено аналіз відмінностей і особливостей її функціонування та впливу на конкурентоспроможність національного господарства. У статті детально розглядається актуальна проблема розвитку суб'єктів агробізнесу в умовах Четвертої промислової революції та третьої хвилі глобалізаційних процесів. Основний акцент робиться на впливі цифрової трансформації на аграрні відносини. Окрема увага приділяється характерним рисам впливу цифрової трансформації на аграрні відносини та їх зв'язок із загальними економічними процесами в Україні. Особливу увагу приділено огляду сучасних інноваційних технологій, які широко використовуються для управління виробництвом та реалізацією сільськогосподарської продукції в умовах цифрової трансформації. Зокрема, досліджуються нові підходи та рішення, що базуються на цифрових технологіях, спрямовані на підвищення ефективності та конкурентоспроможності агробізнесу. Узагальнюючи, стаття пропонує глибокий аналіз впливу цифрової трансформації на аграрний сектор, розкриваючи ключові аспекти її розвитку та використання інновацій у контексті української економіки.

Ключові слова: цифрова економіка; цифрова трансформація; підприємство; інформаційно-комунікаційні технології; аграрний бізнес; інноваційні технології; діджиталізація.

Lilia A. Buiak

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

**MODERN TRENDS AND MAIN THEORETICAL APPROACHES
TO THE DIGITAL TRANSFORMATION OF AGRIBUSINESS**

Digital transformation has become a crucial factor in the development of agribusiness, recognized for its key role in enhancing agricultural production. This article delves into the significance of digital transformation in the agricultural sector and its impact on various facets of agricultural activities. The adoption of digital technologies allows for effective monitoring and utilization of resources, creating a transparent supply chain. Integrating digital solutions with big data management and artificial intelligence enables the analysis and prediction of the development of production processes. The implementation of digital transformation contributes to the optimization of production, improved product quality, and the establishment of a transparent and

dynamic supply chain. This active utilization of digital technologies represents a strategic move to enhance the competitiveness of the agricultural sector in modern conditions. The article explores fundamental aspects of the concepts of "digital economy" and "digital transformation," providing doctrinal definitions. It investigates the processes of formation and development of Ukraine's digital economy, exploring differences and peculiarities of its functioning and its impact on the competitiveness of the national economy. The article addresses the current issue of developing agribusiness entities amidst the Fourth Industrial Revolution and the third wave of globalization. The primary focus is on the influence of digital transformation on agrarian relations, emphasizing characteristic features of this impact and its connection to overall economic processes in Ukraine. Special attention is given to the review of contemporary innovative technologies widely used for production management and the marketing of agricultural products in the context of digital transformation. The study explores new approaches and solutions based on digital technologies aimed at enhancing the efficiency and competitiveness of agribusiness. In summary, the article offers a profound analysis of the impact of digital transformation on the agricultural sector, uncovering key aspects of its development and the utilization of innovations in the context of the Ukrainian economy..

Keywords: *digital economy; digital transformation; enterprise; information and communication technologies; agrarian business; innovative technologies; digitalization.*

Постановка проблеми. У сучасному економічному ландшафті цифровізація реального сектору стала ключовою складовою цифрової економіки та визначальним чинником економічного зростання. Цифрові технології, що проникають у різні галузі, виступають основою стратегій продукції та виробництва, взаємодіючи з традиційними бізнес-моделями та сприяючи еволюції виробничих ланцюгів та процесів.

Цифрова трансформація приводить до переосмислення бізнес-процесів, творчого підходу до виробництва та інноваційного підходу до створення нових продуктів та послуг. Впровадження технологій Industry 4.0 розширює можливості підприємств, стимулює ефективність та конкурентоспроможність, що робить їх ключовими учасниками цифрової трансформації економіки.

Концепція Індустрії 4.0, або «розумного виробництва», є важливим етапом цифровізації виробництва та промисловості, що визначається як четверта промислова революція. На цьому етапі визначальну роль відіграють такі технології та концепти, як Internet of Things (Інтернет речей), Big Data (великі дані), Predictive Analytics (предиктивна аналітика), хмарні та туманні обчислення, машинне навчання, штучний інтелект, робототехніка, 3D-друк, а також віртуальна, доповнена та змішана реальність.

Деякими інноваційними трендами у сучасному соціально-економічному середовищі є такі цифрові технології: блокчейн, біотехнології, нанотехнології, роздрібна технологія, фінансові технології, юридичні технології, страхові технології, урядові технології, колаборати (колаборативні роботи), великі дані, квантові технології (квантовий зв'язок та інше), біометричні технології, технології ідентифікації тощо.

Отже, цифрова трансформація, як явище, є об'єктом вивчення та аналізу в рамках різних теоретичних підходів, що розкривають ключові аспекти та принципи цього трансформаційного процесу. Зокрема, ряд теорій надає розуміння фундаментальних аспектів цифрової трансформації, її впливу на організації та соціум, а також стратегії для успішної імплементації.

Аналіз сучасних літературних джерел. Прикладні аспекти впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на функціонування сільськогосподарських підприємств в умовах цифрової трансформації аграрного бізнесу досліджували такі науковці:

І. Вороненко, В. Клочан, М. Кропивко, В. Россоха, А. Соловійов та інші, а також Н.Д. Демчишак, В.М. Гриб, І.О. Думанська, І.В. Свиноус, О.Ю. Гаврик, К.В. Ткаченко та інші. Також у своїх роботах вони розглядали та аналізували основні проблеми впровадження цифрових технологій у діяльність різних підприємств України та висували ідеї щодо врегулювання цього питання. Зазначену тему також вивчають закордонні дослідники, такі як Е. Тоффлер, Б. Кінг, Р. Ліпсі та інші, які визначають динаміку розвитку цифровізації та її вплив на подальший розвиток аграрного сектору в різних країнах світу. Незважаючи на вагомості доповіді цих вчених, слід зауважити, що динаміка розвитку цифрових технологій та їх вплив на трансформаційні процеси в аграрному секторі економіки вимагає подальших поглиблених досліджень.

Метою даної статті є дослідження теоретичних основ та сучасних прикладних аспектів цифровізації економіки України, а також визначення перспектив впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у практичну діяльність підприємств аграрного сектору. Мета досягається шляхом аналізу основних принципів цифрової трансформації, виявлення особливостей цифровізації в аграрному бізнесі та оцінки її поточного стану. Робота спрямована на визначення ключових викликів та можливостей, які супроводжують цей процес в аграрному секторі економіки України.

Результати дослідження. Процеси діджиталізації стали сучасним ключовим фактором розвитку не тільки економіки і суспільства, але й держави в цілому. Це вимагає системного впровадження цифрових трансформацій для забезпечення всебічного прогресу та адаптації до викликів сучасного світу. Насамперед є доцільним встановити визначення самого поняття «цифровізація», «цифрова економіка». Поняття «цифровізація» та «цифрова економіка» стали важливими в сучасному світі та є предметом широкого використання та обговорення в різних галузях. У 1995 році американський програміст Ніколас Негропonte з Массачусетського університету введе термін «цифрова економіка». Цей термін швидко став загальноживаним та зараз використовується представниками політики, підприємців, журналістів та суспільства в цілому.

Визначення Ніколаса Негропonte вказує на те, що цифрова економіка представляє собою економіку, основу якої становлять цифрові комп'ютерні технології [1]. У 2001 році американський економіст Томас Месенбург доповнив це визначення, виділяючи три основні складові концепції цифрової економіки:

1. Підтримуюча інфраструктура, що включає апаратне та програмне забезпечення, телекомунікаційні системи та інші складові.
2. Електронний бізнес, де основне діловодство та обіг документів здійснюються через електронні комп'ютерні мережі.
3. Електронна комерція, що включає в себе передачу товарів та послуг через онлайн-канали.

Ці складові визначають ключові аспекти та напрямки розвитку цифрової економіки, яка постійно вдосконалюється та адаптується до зростаючих вимог сучасного світу.

Вітчизняні науковці визначають поняття «цифровізації» та «цифрової економіки» як особливе середовище для ведення бізнесу, що тісно інтегроване з традиційною економікою, ускладнюючи їх чітке розмежування [3, с. 11]. Так, Сергій Коляденко конкретизує поняття цифрової економіки, визначаючи її як виробництво, продажі та постачання продуктів через комп'ютерні мережі [4, с. 106]. Визначення цифровізації, яке надає науковець С. Веретюк, є більш точним, оскільки воно вбачає цифрову трансформацію всіх сфер економіки через перенесення всіх інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу [5, с. 51]. Це визначення вказує на глибокий та системний характер цифрової трансформації, яка охоплює всі аспекти економічної діяльності.

Узагальнюючи та систематизувавши різні підходи до визначення цього поняття, ми дотримуємося твердження, що цифрова трансформація представляє собою впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства. Цей підхід враховує не лише впровадження нового обладнання чи програмного забезпечення, але й викликає фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури та зовнішніх комунікацій.

Отже, на нашу думку, цифрова трансформація – це не лише конкретний проект, процес чи оптимізація, але й синхронний рух до певної мети. Загалом, цифрова трансформація означає перетворення бізнесу за допомогою перегляду бізнес-стратегії або цифрової стратегії, моделей, операцій, продуктів, маркетингового підходу, цілей тощо, через прийняття цифрових технологій. Це включає у себе переосмислення стратегії, впровадження сучасних технологій, перетворення операційних процесів та адаптацію до змін на ринку. Цифрова трансформація є глибоким стратегічним кроком, спрямованим на адаптацію до викликів цифрової епохи та забезпечення стійкого розвитку підприємства.

У контексті цифрової трансформації, важливо розуміти, що це не просто технологічний апгрейд, але стратегічний процес, що передбачає переосмислення всієї структури та діяльності організації. Впровадження інноваційних технологій часто викликає потребу в кардинальних змінах в управлінських практиках, взаємодії з персоналом та способах взаємодії з клієнтами.

Цифрова трансформація також відзначається переформуванням корпоративної культури, щоб стимулювати інновації та гнучкість відповідно до нових вимог цифрового світу. Організації, які успішно впроваджують цифрові стратегії, часто стають більш ільними та відкритими до змін.

Крім того, зміни в зовнішніх комунікаціях стають важливим елементом цифрової трансформації. Взаємодія з клієнтами, партнерами та іншими стейкхолдерами переосмислюється в контексті цифрового середовища, що дозволяє підприємствам ефективніше конкурувати та взаємодіяти на ринку. В даному контексті, неважливою стає галузь економічної діяльності (наприклад, промисловість, торгівля чи сільське господарство), оскільки цифрова трансформація швидкими темпами втілюється в стратегічні практики підприємств, у тому числі й підприємств агробізнесу.

Україна, займаючи більше 65% своєї території чорноземами, безсумнівно, є аграрною державою. Розуміючи необхідність цифрового регулювання аграрних відносин, важливо враховувати, що цей процес в аграрному секторі має свої власні особливості. Цифрова трансформація сільськогосподарського виробництва розглядається як ключовий напрямок переорієнтації та модернізації національної економіки.

Основною метою цифрової трансформації агробізнесу є зменшення витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, підвищення її якості та конкурентоспроможності через ефективне використання ресурсів та впровадження науково обґрунтованих підходів. Це включає в себе впровадження сучасних технологій, використання цифрових рішень для оптимізації виробничих процесів та підвищення рівня управління агробізнесом.

За допомогою цифрових інструментів управління, аналізу даних та автоматизації можливо досягти більшої ефективності в сільському господарстві, забезпечити точність виробництва та вчасність прийняття стратегічних рішень. Отже, цифрова трансформація стає стратегічним інструментом для розвитку аграрного сектору, сприяючи стійкому зростанню та сучасному управлінню виробництвом.

Цифрова стратегія розвитку аграрного виробництва передбачає створення потужних можливостей для надання комплексних цифрових рішень та впровадження сучасних

цифрових сервісів. Ця стратегія виступає важливою відправною точкою для участі держави в процесі цифровізації аграрного виробництва [2].

Реалізація цих стратегічних напрямків має на меті створення ефективної та інноваційної інфраструктури для електронного сільського господарства. Забезпечення доступу до цифрових технологій та інформаційних ресурсів для сільських господарств допоможе досягти національних стратегічних цілей у сільському секторі та забезпечить умови для сталого розвитку цифрового сільського господарства в контексті цифрового суспільства. Для досягнення вказаних цілей необхідна трансформація аграрного сектору, яка включає координацію спільних зусиль всіх зацікавлених сторін, таких як держава, уряд, громадське суспільство, фермери, сільськогосподарські підприємства, професійні спілки та приватний сектор. Ця співпраця спрямована на створення умов для розширення масштабів трансформації через забезпечення фінансування, використання технологій, розвиток інфраструктури, встановлення необхідних установ та здійснення систематичного моніторингу.

Отже, цифрова трансформація аграрного бізнесу стає неодмінною складовою сучасного корпоративного управління, визначаючи нові тенденції і стратегії в епоху технологічних інновацій. До основних ключових аспектів цього процесу відносять:

- Штучний інтелект та машинне навчання;
- Інтернет речей (IoT);
- Цифрова екосистема;
- Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR);
- Блокчейн та криптовалюти;
- Цифрова безпека та кіберзахист;
- Роботизація та автоматизація процесів;
- Зелена цифрова трансформація;

Ці тенденції вказують на постійний розвиток технологій та їхнє вплив на бізнес-процеси, сприяючи більшій ефективності, інноваціям та підвищенню конкурентоспроможності компаній.

Сьогодні, особливо в умовах сучасних технологічних змін, штучний інтелект займає важливе місце в аграрному секторі. Штучний Інтелект (ШІ) та Машинне Навчання (МН) стають основними фокусами в цифровій трансформації. Впровадження алгоритмів, які здатні аналізувати великі обсяги даних, надає підприємствам змогу прогнозувати ринкові тенденції, автоматизувати бізнес-процеси та здійснювати більш ефективне управління прийняттям рішень.

Використання ШІ дозволяє ефективно аналізувати великі обсяги даних з різних джерел, таких як датчики, супутникові знімки та метеорологічні станції. Це стає основою для точного прогнозування погодних умов, врожайності та попиту на ринку. Використання ШІ для оптимізації процесів, таких як зрошення, дозування добрив, обробіток ґрунту та інші, сприяє зниженню витрат та підвищенню продуктивності, забезпечуючи ефективну роботу сільськогосподарських систем.

Також ШІ важливий для адаптації аграрних компаній щодо індивідуальних потреб клієнтів. Аналіз даних дозволяє створювати персоналізовані маркетингові стратегії, надаючи індивідуальні пропозиції та підходи. Також за допомогою ШІ можна поліпшити безпеку та довіру споживачів, застосувавши для моніторингу якості продукції та виявлення можливих проблем.

Точний моніторинг запасів, їх виробництва та розподілу в аграрному секторі, що досягається за допомогою ШІ, допомагає уникнути надлишкових запасів, підтримуючи ефективну логістику та оптимізуючи розподіл ресурсів.

Важливо, що ШІ відіграє ключову роль у виявленні та аналізі ризиків, пов'язаних з ринковою нестабільністю, погодними умовами та іншими факторами. Це дозволяє аграрним підприємствам приймати обґрунтовані рішення для мінімізації ризиків та підтримує стійкість в умовах невизначеності.

Отже, взаємодія маркетингу та прогнозування ринкових умов з ШІ може сприяти більш ефективному та інноваційному розвитку аграрного бізнесу, забезпечуючи йому конкурентні переваги на ринку.

Інтернет Речей (IoT) відіграє значущу роль, забезпечуючи підприємства реальними даними з підключених пристроїв. Використання цієї технології в сфері бізнесу охоплює моніторинг обладнання, оптимізацію ланцюгів постачання та підвищення споживчого досвіду через розумні пристрої.

В умовах сучасних технологічних змін невід'ємною частиною стратегій аграрних підприємств стає створення цифрових екосистем. Об'єднуючи різноманітні сервіси та продукти, компанії досягають покращення взаємодії з клієнтами, оптимізують ланцюги постачання та надають комплексне обслуговування. Нові можливості для бізнесу відкривають Розширена Реальність (AR) та Віртуальна Реальність (VR). Вони дозволяють підприємствам покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати навчання працівників через використання візуальних інтерфейсів.

Для забезпечення безпеки та ефективності фінансових операцій впроваджуються блокчейн і криптовалюти. Вони виступають інструментами для нових форм оплати та трансформують традиційні моделі бізнесу.

Підвищена увага до цифрової безпеки стає відповіддю на зростання кіберзагроз, що допомагає компаніям впроваджувати рішення для захисту від кібератак та забезпечення безпеки даних.

Роботизація та автоматизація процесів набувають великого значення у виробництві та інших сферах. Використання роботів та автоматизованих систем спрощує рутинні завдання та сприяє підвищенню продуктивності.

Зелена цифрова трансформація виникає як реакція на екологічні виклики. Використання технологій для оптимізації використання ресурсів.

Цифрова трансформація, як явище, є об'єктом вивчення та аналізу в рамках різних теоретичних підходів, що розкривають ключові аспекти та принципи цього трансформаційного процесу. Зокрема, ряд теорій надає розуміння фундаментальних аспектів цифрової трансформації, її впливу на організації та соціум, а також стратегії для успішної імплементації.

Дальше розглянемо основні теоретичні підходи до цифрової трансформації економіки та бізнесу.

Теорія інновацій в цифровій трансформації висвітлює важливість впровадження новаторських технологій та практик для досягнення конкурентних переваг. Вона акцентує на ролі інновацій як ключового елемента, що визначає успіх організації в динамічному цифровому середовищі.

За цією теорією, інновації розглядаються як критичний фактор, що визначає конкурентоспроможність підприємства. У контексті цифрової трансформації, технологічні інновації, такі як штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей (IoT) та машинне навчання, стають ключовими каталізаторами змін.

Роль інновацій полягає в створенні нових цифрових рішень, які трансформують бізнес-процеси, забезпечують покращену аналітику, автоматизацію та оптимізацію ефективності. Інновації у використанні технологій створюють виняткові можливості для адаптації підприємств до вимог швидкозмінного цифрового середовища. Тому, на нашу

думку, теорія інновацій визначає ключовий внесок технологічних інновацій у цифрову трансформацію організацій та галузей економіки.

Цифрова економіка, в основі якої лежить використання цифрових технологій, перетворює традиційні бізнес-моделі, визначаючи нові стратегії та підходи до ведення бізнесу. Важливим компонентом цифрової економіки є перехід від фізичних активів до цифрових платформ та сервісів.

Це стимулює створення нових форм співпраці та інтеракцій між бізнесами і споживачами. Використання аналітики даних, персоналізовані сервіси та цифрові канали комунікації визначають нові стандарти споживчого досвіду та взаємодії з клієнтами.

Бізнес-моделі, що покладають акцент на цифрові технології, реагують на зміни у попиті, забезпечуючи більш гнучкі та інноваційні підходи до вирішення завдань. Моделі підприємств враховують динамічні можливості, які цифрова економіка вносить у сучасний бізнес-середовище.

Отже, теорія інновацій та цифрова економіка взаємодіють, утворюючи синергію, яка перетворює структури та стратегії підприємств. Технологічні інновації не лише сприяють цифровій трансформації, але й диктують нові правила гри в сучасному бізнесі, що пристосовується до вимог цифрової економіки.

За системним підходом, цифрова трансформація розглядається як комплексний процес, що охоплює всі рівні організації. Цей підхід визначає взаємодію та залежність різних компонентів, включаючи технології, культуру, структуру та стратегії.

Теорія стратегічного управління ставить акцент на формування та реалізацію стратегічних вирішень в умовах цифрової трансформації. Це включає в себе розробку гнучких стратегій, адаптованих до швидкозмінного цифрового середовища.

Цифрова трансформація передбачає інтенсивне використання цифрових технологій для покращення бізнес-процесів та досягнення стратегічних цілей підприємства. Ключовими елементами в цьому контексті є концепція цифрової стратегії та архітектури, що є концептуально взаємопов'язаними елементами у цифровій трансформації. Стратегія визначає цілі, напрямки та пріоритети трансформації, визначаючи, як організація планує використовувати цифрові технології для досягнення конкурентної переваги. Архітектура, у свою чергу, є технічним фундаментом, на якому будується цифрова стратегія. Вона визначає структуру систем, процесів та інфраструктури, необхідних для реалізації стратегічних завдань. Зв'язок між ними полягає в тому, що архітектурні рішення повинні відповідати стратегічним цілям та сприяти їх виконанню.

Проаналізувавши приклади успішної цифрової стратегії можна визначити взаємозв'язок між стратегією та архітектурою. Наприклад, компанія вирішила фокусуватися на персоналізації продуктів для збільшення лояльності клієнтів. Їх стратегія включала в себе використання аналітики та машинного навчання. Архітектурна концепція обумовлювала необхідність впровадження систем збору та аналізу даних для реалізації цієї стратегії.

Ще одним прикладом є компанія, яка обрала стратегію розширення глобального присутності через цифрові канали. Їх архітектурні рішення включали в себе створення централізованих платформ та систем для управління контентом та комунікацією. Це відповідало їх стратегії розширення та міжнародної експансії.

Отже, зв'язок між концепцією цифрової стратегії та архітектурою визначає успішну цифрову трансформацію. Стратегія встановлює цілі, а архітектурні рішення визначають технічні засоби для їх досягнення. Успіх полягає в тісному взаємодії між стратегічними цілями та технічними можливостями, що забезпечує ефективну цифрову трансформацію підприємства.

Теорія зміни організацій розглядає аспекти зміни в контексті цифрової трансформації, звертаючи увагу на необхідність зміни корпоративної культури, лідерства та участі співробітників для успішного впровадження.

З погляду теорії інформаційних систем, цифрова трансформація розглядається як процес оптимізації використання інформаційних технологій для досягнення стратегічних цілей та покращення робочих процесів.

Теорія соціальної зміни вказує на важливість взаємодії технологічних змін із соціокультурними аспектами. Це означає врахування впливу цифрової трансформації на споживачів, співробітників та інші соціальні групи.

Отже, загальний огляд основних теоретичних підходів до цифрової трансформації підкреслює необхідність інтеграції різних аспектів, таких як інновації, стратегії, системний підхід та соціальні аспекти, для досягнення успішних результатів у цьому стрімко змінюючомуся контексті.

Цифрова трансформація супроводжується впровадженням передових технологій та цифрових рішень, що збільшують продуктивність та конкурентоспроможність підприємств. Однак цей перехід до цифрового середовища вносить нові виклики, пов'язані з кібербезпекою. Важливість кібербезпеки у процесі цифрової трансформації визначається кількома ключовими аспектами: захист критичних даних, забезпечення неперервності бізнес-процесів, забезпечення відповідності та законодавству.

Цифрова трансформація супроводжується збільшенням обсягів цифрових даних, включаючи конфіденційну інформацію та особисті дані клієнтів. Забезпечення надійного захисту цих даних стає пріоритетом. Кібербезпека гарантує конфіденційність, цілісність та доступність даних, уникаючи можливих порушень безпеки.

У разі кібератак або витоку даних, підприємство стикається з ризиком втрати репутації та довіри клієнтів. Важливість кібербезпеки полягає в тому, щоб уникнути негативного впливу на імідж компанії та підтримати довіру споживачів.

Кібератаки можуть призвести до серйозних фінансових втрат для підприємства. Включення в кібербезпекові заходи дозволяє уникнути втрат, пов'язаних з відновленням систем, компенсаціями та іншими економічними витратами.

Цифрова трансформація визначає більшу залежність від технологій та інтернету. Забезпечення неперервності бізнес-процесів в умовах кіберзагроз стає критично важливим завданням. Кібербезпека дозволяє уникнути перерв у роботі та забезпечити стійкість до атак.

Багато сфер діяльності підприємств підпадають під різноманітні нормативи та законодавчі вимоги щодо захисту даних. Кібербезпека гарантує дотримання цих вимог, уникання штрафів та правових проблем.

Отже, важливість кібербезпеки у процесі цифрової трансформації полягає в забезпеченні безпеки, стійкості та надійності цифрових інфраструктур підприємства. Захист від кіберзагроз стає стратегічним завданням, що дозволяє підприємствам ефективно реалізовувати переваги цифрової трансформації без значущих ризиків.

Перехід до цифрового сільського господарства забезпечується сучасними цифровими технологіями, такими як комп'ютери, сервери, вебсайти для передачі та отримання інформації про аграрну сферу та ринки сільськогосподарської продукції. Мобільні пристрої допомагають знаходити інформацію, містять поради, надають доступ до банкінгу, а також сприяють реалізації продукції. Використання супутників дозволяє отримувати оперативні дані погоди та глобальне позиціонування GPS. Телефони та зв'язок представляють інтерактивну систему голосового реагування та забезпечують комунікацію та консультативні послуги. Телекомунікації грають важливу роль у передачі досвіду, комунікації, створенні спільнот та розвитку кооперації в аграрному секторі. Сенсорні мережі забезпечують

інформацію в реальному часі та підвищують якість та кількість даних для ефективного прийняття рішень. Хмарні технології та аналітика забезпечують зберігання даних та оперативність для точного землеробства. Інтернет та широкосмуговий доступ сприяють обміну знаннями, електронній торгівлі, соціальним мережам та розвитку електронної спільноти. Програмне забезпечення, таке як операційні системи, географічні інформаційні системи та інші, підтримують різні аспекти аграрного сектору. Ці цифрові інструменти взаємодіють, створюючи інтегровану систему для розвитку ефективного аграрного сектору.

Сконцентруємо подальші дослідження на глибокий аналіз можливостей як існуючих, так і майбутніх цифрових технологій з точки зору їх впливу на трансформаційні процеси, що відбуваються в сільськогосподарських підприємствах вітчизняного контексту.

У ході проведеного дослідження автор виявив групування сучасних цифрових технологій в аграрній сфері за певними ознаками (рис. 1).



Джерело: складено автором на основі джерел [1].

Рис. 1. Сучасні технології цифрової трансформації аграрного бізнесу

Ці технології використовуються сільськогосподарськими підприємствами для посилення цифрової трансформації аграрного виробництва. Серед них виділяються п'ять основних груп:

1. Космічні технології, до яких належить використання супутникових знімків та геопросторових даних для моніторингу та управління сільськогосподарськими угідь.

2. Сенсори та датчики для збору даних про ґрунт, атмосферні умови та інші параметри в реальному часі.

3. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) для обробки, зберігання та обміну даними, а також для оптимізації управлінських процесів.

4. Штучний інтелект (ШІ) для аналізу великих обсягів даних та надання прогностичних рекомендацій.

5. Інтернет технології, до яких належать застосування Інтернету речей (IoT) та інших підключених пристроїв для збору та обміну даними між сільськогосподарськими об'єктами.

Проаналізуємо кожний окремих блок цифрових технологій з точки зору можливостей та переваг практичного використання.

Космічні технології, зокрема супутникові знімки, використовуються для точного землеробства. Три ключові напрями у цьому включають системи спостереження, внесення змінних норм добрив та навігацію. Ці інновації поступово впроваджують аграрний сектор в ІТ індустрію. Геоінформаційні системи (ГІС) також підвищують ефективність сільськогосподарських підприємств, забезпечуючи централізоване зберігання картографічної бази даних, ефективне управління земельними ресурсами та моніторинг сільськогосподарських робіт. ГІС дозволяють вирішувати завдання від картографії до аналізу якості ґрунтів та ведення аудитів сільськогосподарських угідь.

Комплексне використання космічних технологій у сільському господарстві сприятиме впровадженню точного землеробства за допомогою супутникової навігації, космічних зображень та супутникового моніторингу. Система підтримки прийняття рішень (СППР) з використанням пристроїв супутникової навігації, ГІС-технологій та супутникових даних дозволить ефективно впроваджувати концепцію точного землеробства. Крім того, сучасні технології, такі як сенсори, датчики та цифрові платформи, активно використовуються для онлайн збору даних про довкілля та культури, що сприяє розвитку сільського господарства.

Аграрні технології, зокрема цифрові платформи, мобільні додатки та інформаційно-комунікаційні технології, грають ключову роль у цифровій трансформації сільських підприємств. Наприклад, платформа Сторіо забезпечує супутниковий моніторинг посівів, ведення обліку та відстеження обладнання, що дозволяє підвищити ефективність прийняття рішень в агросекторі. Використання цифрових платформ спрощує контроль за сільськогосподарськими угіддями, забезпечує автодокументування та дистанційне управління сільськогосподарськими операціями.

Аграрні мобільні додатки та месенджери стають невід'ємною складовою сільського господарства, отримуючи широку популярність серед виробників сільськогосподарської продукції. Внутрішні додатки охоплюють системи робочих файлів, корпоративні соціальні мережі, комунікаційні месенджери, трекери повідомлень, системи управління польовими роботами та автоматизацію документообігу.

Зовнішньо використовуються мобільні додатки для пошуку бізнес-партнерів, ринків збуту, постачальників та замовників. Наприклад, додаток AgroPoint допомагає зорієнтуватися в агробізнесі, знаходити партнерів та сервіси, а AgroUA є інформаційно-комунікаційною платформою з широким спектром застосування, від новин до оголошень та тендерів.

Мобільні додатки та месенджери стають необхідними інструментами для ефективного управління та спілкування в агросекторі, допомагаючи сільським господарствам підтримувати зв'язок та здійснювати різноманітні аспекти сільськогосподарської діяльності.

Використання штучного інтелекту (ШІ) в аграрному виробництві є ключовим елементом 4-ї аграрної революції, базованої на цифрових технологіях та великих даних (Big Data). Різноманітні технології, такі як робототехніка, машинне навчання, 3D друк, та обробка даних з використанням інструментів Big Data, вже сьогодні змінюють агротрансформації.

Обробка різноманітних даних, що надходять на сільськогосподарське підприємство, дозволяє управлінцям агропідприємства виявляти раніше непростежувані закономірності

через глибокий аналіз бізнес-процесів. Застосування великих даних та методів обробки інформації (data science) дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення, зменшуючи ризики та збільшуючи віддачу від витрачених ресурсів.

Створення «розумних» сільськогосподарських підприємств вимагає об'єднання технологій для збору та обробки даних, алгоритмів для перетворення цих даних в управлінські рішення, і великих даних для аналізу та виявлення закономірностей.

Іншим аспектом використання великих даних є збір інформації від сільськогосподарських підприємств. За допомогою інструментів Big Data можна аналізувати різницю у врожайності між підприємствами, виявляти причини таких відмінностей та створювати успішні моделі для поліпшення ефективності виробництва.

Застосування штучного інтелекту в аграрній сфері через інтелектуальні алгоритми та машинне навчання дозволяє створити «розумні» поради для практичного використання на основі аналізу значних обсягів даних сільськогосподарських підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Цифровізація в Україні виступає ключовим фактором для підвищення конкурентоздатності різних галузей економіки. Цей процес сприяє розвитку цифрової економіки, ринку праці, освітньої сфери та виникненню нових індустрій, сприяючи інноваційному підприємництву.

Особливу увагу слід приділити розробці національної стратегії електронного (цифрового) сільського господарства. Цей крок є важливим етапом для країни, спрямованим на використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для досягнення розвитку аграрної сфери. Незалежно від початкової точки зору, національна стратегія цифрового землеробства може ефективно сприяти, якщо вона стане складовою Цифрової агенди України.

Впровадження цифрових технологій в сільське господарство допоможе знизити витрати на виробництво, підвищити якість сільськогосподарської продукції та забезпечити конкурентоспроможність. Ця ініціатива сприятиме не лише розвитку аграрного сектору, а й внесе свій внесок у загальний процес цифрової трансформації країни, сприяючи її сталому розвитку та інноваційному зростанню.

References

Література

- | | |
|--|--|
| <p>1. Rudenko, M. V. (2019). Problemy ta perspektyvy vykorystannia Internet-tehnolohii u silskohospodarskykh pidpryemstvakh [Problems and prospects of using Internet technologies in agricultural enterprises]. <i>Ekonomika APK = Economy of agro-industrial complex</i>, № 10 [in Ukrainian].</p> <p>2. Neoinformatsiina systema dlia silskoho gospodarstva [Geoinformation system for agriculture]. URL: https://magneticonemt.com/geoinformatsijna%systema%dlya%silskogogospodarstva [in Ukrainian].</p> <p>3. Korpaniuk, T. M., Mulyk, Ya. I. (2018). Zastosuvannia mobilnykh dodatviv v biznesi ta yikh oblik [Application of mobile applications in business and their accounting]. <i>Efektivna ekonomika = Efficient economy</i>, № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6181 [in Ukrainian].</p> | <p>1. Руденко М. В. Проблеми та перспективи використання Інтернет-технологій у сільськогосподарських підприємствах. <i>Економіка АПК</i>. 2019. № 10.</p> <p>2. Геоінформаційна система для сільського господарства. URL: https://magneticonemt.com/geoinformatsijna%systema%dlya%silskogogospodarstva.</p> <p>3. Корпанюк Т. М., Мулик Я. І. Застосування мобільних додатків в бізнесі та їх облік. <i>Ефективна економіка</i>. 2018. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6181.</p> |
|--|--|

4. Agricultural and allied industries portfolio. URL: <https://www.strategyr.com/showgsbr.%asp?ind=AGRI&Pageview=Execute>.
5. Pryshliak, K. M., Buiak, L. A. (2021). Tsyfrova ekonomika u sferi zemelnykh vidnosyn [Digital economy in the field of land relations]. *Vektory innovatsiinoho rozvytku osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalnykh zmin: materialy IKh Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii = Vectors of innovative development of education, science and business in conditions of global changes: materials of the IX International Scientific and Practical Conference* (Ternopil, 25.05.2021), P. 13–15 [in Ukrainian].
6. Buiak, L., Pryshliak, K., Buiak, L. (2022). Blockchain tekhnologii yak zasib prodazhu prav orendy na zemli silskohospodarskoho pryznachennia [Blockchain technology as a means of selling lease rights on agricultural land]. *Visnyk ekonomiky = Bulletin of the economy* (Ternopil: ZUNU), Vol. 4 (106), P. 145–158 [in Ukrainian].
7. Pryshliak, K. M., Buiak, L. A. (2023). Tsyfrovi platformy yak instrument tsyfrovoy transformatsii [Digital platforms as a tool of digital transformation]. *Zbirnyk tez dopovidei ukladeno za materialamy XX Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii molodykh vchenykh "Ekonomichnyi i sotsialnyi rozvytok Ukrainy v XXI stolitti: natsionalna viziia ta vyklyky hlobalizatsii", yaka vidbulasia na bazi Zakhidnoukrainskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu* (Ternopil) = *The collection of abstracts of reports is based on the materials of the XX International Scientific and Practical Conference of Young Scientists "Economic and Social Development of Ukraine in the XXI Century: National Vision and Challenges of Globalization", which was held on the basis of the West Ukrainian National Economic University*, P. 749–751 [in Ukrainian].
8. Buiak, L., Harmatiy, N., Fedyshyn, I., Pryshliak, K. (2003). The impact of crisis events in Ukraine on the export of agricultural products to eu countries and the world. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Developmen*, Vol. 46, Iss. 2, P. 193–201.
9. Buiak, L., Pryshliak, K., Bashutska, O., Buiak, L., Polozova, T. (2023). Simulation and Forecasting of
4. Agricultural and allied industries portfolio. URL: <https://www.strategyr.com/showgsbr.%asp?ind=AGRI&Pageview=Execute>.
5. Пришляк К. М., Буяк Л. А. Цифрова економіка у сфері земельних відносин. *Вектори інноваційного розвитку освіти, науки та бізнесу в умовах глобальних змін: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції* (Тернопіль, 25.05.2021). Тернопіль, 2021. С. 13–15.
6. Буяк Л., Пришляк К., Буяк Л. Blockchain технології як засіб продажу прав оренди на землі сільськогосподарського призначення. *Вісник економіки*. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. Вип. 4 (106). С. 145–158.
7. Пришляк К. М., Буяк Л. А. Цифрові платформи як інструмент цифрової трансформації. *Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XX Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених "Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації", яка відбулася на базі Західноукраїнського національного економічного університету*. Тернопіль, 2023. С. 749–751.
8. Buiak L., Harmatiy N., Fedyshyn I., Pryshliak K. The impact of crisis events in Ukraine on the export of agricultural products to eu countries and the world. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Developmen*. 2003. Vol. 46, Iss. 2. P. 193–201.
9. Buiak L., Pryshliak K., Bashutska O., Buiak L., Polozova T. Simulation and

- Agricultural Land Market Development. *13th International Conference on Advanced computer information technologies ACIT'2023*. Wrocław, Poland, 21–23 September 2023. P. 70–74.
10. Buiak, L., Lopatovskyi, V., Yemchuk, L., Dzhulii, V., Dzhulii, L., Bobrovnyk, V. (2023). Organizational aspects of the management process based on the systems approach, informatization and modelling. *13th International Conference on Advanced computer information technologies ACIT'2023*. Wrocław, Poland, 21–23 September 2023. P. 230–234.
11. Buiak, L., Matiukh, S., Gonchar, O., Yemchuk, L., Dzhulii, L., Bilorusets, L. (2023). Methods and Models in Management Decision-Making. *13th International Conference on Advanced computer information technologies ACIT'2023*. Wrocław, Poland, 21–23 September 2023. P. 284–288.
12. Buiak, L., Hryhorkiv, M., Hryhorkiv, V., Bashutska, O., Pryshliak, K. (2023). Computer modeling of the economy dynamics of Ukraine, taking into account the socio-economic clustering of society. *Journal of Information Technology Management*, Vol. 15, Issue 4, P. 64–79.
- Forecasting of Agricultural Land Market Development. *13th International Conference on Advanced computer information technologies ACIT'2023*. Wrocław, Poland, 21–23 September 2023. P. 70–74.
10. Buiak L., Lopatovskyi V., Yemchuk L., Dzhulii V., Dzhulii L., Bobrovnyk V. Organizational aspects of the management process based on the systems approach, informatization and modelling. *13th International Conference on Advanced computer information technologies ACIT'2023*. Wrocław, Poland, 21–23 September 2023. P. 230–234.
11. Buiak L., Matiukh S., Gonchar O., Yemchuk L., Dzhulii L., Bilorusets L. Methods and Models in Management Decision-Making. *13th International Conference on Advanced computer information technologies ACIT'2023*. Wrocław, Poland, 21–23 September 2023. P. 284–288.
12. Buiak L., Hryhorkiv M., Hryhorkiv V., Bashutska O., Pryshliak K. Computer modeling of the economy dynamics of Ukraine, taking into account the socio-economic clustering of society. *Journal of Information Technology Management*. 2023. Vol. 15, Issue 4. P. 64–79.

УДК 330.117:338.43

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.6

Наталія Л. Гавкалова

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна
**ТЕХНОЛОГІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ ПЕРЕХОДУ
ДО СМАРТ ТЕХНОЛОГІЙ**

У статті досліджено напрями трансформації агропромислового сектору національної економіки на засадах впровадження сучасних смарт технологій. З'ясовано, що з розвитком нових технологій все більше процесів виробництва сільськогосподарської продукції переходять від ручної до автоматизованої праці. Цьому сприяє винайдення смарт технологій, під якими розуміють нову стратегію управління, обумовлену цифровими характеристиками процесів. Смарт технології в сільському господарстві називають *agritech*. Визначено, що на рівні агропромислового сектору впроваджуються наступні смарт технології: Інтернет речей – смарт технологія, з допомогою якої різні пристрої обмінюються даними між собою без втручання людини; робототехніка – смарт технологія, з допомогою якої створюються безпілотні трактори та «збиральні руки»; штучний інтелект – смарт технологія для синхронізації сільськогосподарського обладнання, аналізу даних, приймання рішень та застосування оптимальних дій на всіх етапах виробництва сільськогосподарської продукції; агродрони – безпілотні літальні пристрої для моніторингу стану посівів; оцінки врожайності; оцінки нестачі води; виявлення бур'янів, тощо; точне землеробство – смарт технологія управління сільським господарством, яка об'єднує сучасні технології збору даних і комунікації; аграрні біотехнології – смарт технології, які використовуються для поліпшення рослин, тварин і мікроорганізмів; великі дані та їх аналіз – смарт технології, які використовуються для підвищення точності прогнозування та підвищення ефективності роботи агропромислового сектору; контрольоване сільське господарство – смарт технології вирощування сільськогосподарських культур у контрольованому середовищі; відновлюване сільське господарство – смарт технології створення відновлюваних харчових систем і здорових природних екосистем; технології підключення – смарт технології використання цифрових програм та аналітики на основі 5G технологій. Доведено, що впровадження смарт технологій в агропромисловому секторі сприяє активізації виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення кількості людей, яких можна забезпечити їжею з 1 акру землі до 265 осіб. Отже, поступова технологічна трансформація агропромислового сектору України на засадах переходу до смарт технологій сприятиме розширенню масштабів, швидкості і продуктивності сільськогосподарського обладнання, підвищення ефективності обробки земель меншою кількістю людей, збільшенню обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та підвищенню її врожайності.

Ключові слова: агропромисловий сектор; національна економіка; сільське господарство; сільськогосподарська продукція; технологічні трансформації агропромислового сектору; аграрна революція; смарт технології.

Nataliia L. Gavkalova

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine
**TECHNOLOGICAL TRANSFORMATIONS OF THE AGRICULTURAL SECTOR
NATIONAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE TRANSITION
TO SMART TECHNOLOGIES**

The article examines the directions of transformation of the agro-industrial sector of the national economy based on the implementation of modern smart technologies. It was found that with the development of new technologies, more and more agricultural production processes are moving from manual to automated work. This is facilitated by the invention of smart technologies, which are understood as a new management strategy due to the digital characteristics of processes. Smart technologies in agriculture are called agritech. It was determined that the following smart technologies are being implemented at the level of the agro-industrial sector: the Internet of Things – a smart technology that allows various devices to exchange data with each other without human intervention; robotics – smart technology, with the help of which unmanned tractors and "harvesting hands" are created; artificial intelligence – smart technology for synchronization of agricultural equipment, data analysis, decision-making and application of optimal actions at all stages of agricultural production; agricultural drones – unmanned aerial devices for monitoring the condition of crops; yield estimates; water shortage assessments; detection of weeds, etc.; precision agriculture – a smart agricultural management technology that combines modern data collection and communication technologies; agricultural biotechnologies – smart technologies used to improve plants, animals and microorganisms; big data and its analysis – smart technologies used to increase the accuracy of forecasting and increase the efficiency of the agro-industrial sector; controlled agriculture – smart technologies for growing agricultural crops in a controlled environment; renewable agriculture – smart technologies for creating renewable food systems and healthy natural ecosystems; connection technologies – smart technologies of using digital programs and analytics based on 5G technologies. It has been proven that the introduction of smart technologies in the agro-industrial sector contributes to the activation of the production of agricultural products and increases the number of people who can be provided with food from 1 acre of land to 265 people. Therefore, the gradual technological transformation of the agro-industrial sector of Ukraine on the basis of the transition to smart technologies will contribute to the expansion of the scale, speed and productivity of agricultural equipment, increasing the efficiency of land cultivation with fewer people, increasing the volume of agricultural production and increasing its yield.

Keywords: *agro-industrial sector; National economy; Agriculture; agricultural products; technological transformations of the agro-industrial sector; agrarian revolution; smart technologies.*

Вступ. Інноваційні технології активно впроваджуються в усіх секторах економіки, у тому числі і в агропромисловому секторі. З кожним роком всі більше процесів виробництва сільськогосподарської продукції переходять від ручної до автоматизованої праці з використанням машин та механізмів, що обладнані пристроями GPS-навігації та іншими сучасними смарт технологіями. Разом з тим, у найближчі кілька десятиліть агропромисловий сектор стане ще більш важливою сферою світової економіки, оскільки йому потрібно буде задовольняти потреби населення, чисельність якого зросте до 9,7 млрд у 2050 році. Трансформаційні зміни світового агропромислового сектору та перехід до нових технологій забезпечить підвищення обсягів світового виробництва сільськогосподарської продукції на 69% за період 2010–2050 р.р. [12].

Аналіз останніх публікацій по темі. Дослідженню переходу до смарт технології в агропромисловому секторі присвячено багато праць як вітчизняних, так і закордонних дослідників, а саме: Л. Бондаренко, І. Кравець, О. Піщенко, Н. Потапова, І. Тимчук, J. Core, G. Lutz, J. Katz, A. Menard, J. Revellat, N. Engler, M. Krarti та багато інших. Входячи з того, що смарт технології більш активно впроваджуються на рівні світового агропромислового сектору, то більшість досліджень проводиться зарубіжними науковцями. Тому проблема

переходу до смарт технології та можливості їх впровадження у вітчизняному агропромисловому секторі є перспективним напрямом, що потребує здійснення більш поглиблених досліджень.

Мета дослідження. Метою наукової статті є дослідження сучасних смарт технологій, що можуть бути впровадженими для розвитку агропромислового сектору України.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Смарт технології – це технології, які «формуєть нову стратегію управління, обумовлену цифровими характеристиками процесів, а держави адаптують економіку до цифрового простору» [4]. У сфері сільського господарства смарт-технології ще називають сільськогосподарськими технологіями або agritech. Такі технології «охоплюють застосування сучасних технологій у поєднанні з Інтернетом для глобальної реконструкції практики сільського господарства» [3]. Смарт-технології в сільському господарстві, як зазначає Л.В. Бондаренко «використовуються з метою модернізації та технічного переоснащення сучасних підприємств, автоматизації виробництва та управління підприємством, ресурсозбереження, підвищення продуктивності виробництва та контролю якості продукції» [1]. Як доводить в своїх дослідженнях Н.А. Потапова «для сільського господарства смарт-технології не тільки інноваційний прорив, але й значний поштовх для зростання виходу продукції та економії витрат» [4]. Винайдення смарт технологій спричинило новий етап аграрної революції, етапи розвитку якої представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Еволюційні етапи аграрної революції у сільському господарстві

Роки	Еволюція у веденні сільського господарства	Фермери можуть нагодувати осіб з 1 акру землі
1890–1945	Нарощення механізації сільського господарства	25
1945–1965	Зелена революція в сільському господарстві	155
1965–2020	Перехід до технологій точного землеробства сільському господарстві	265

Джерело: складено автором за [12].

Поступове впровадження смарт-технологій призвело до інтенсифікації ведення сільського господарства, що дало змогу за рахунок підвищення врожайності та обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, збільшити на 620% кількість людей, яких можна забезпечити їжею з 1 акру землі з 25 осіб у 1890–1945 рр. до 155 осіб у 1945–1965 рр., та на 170% з 155 осіб у 1945–1965 рр. до 265 осіб у 1965–2020 рр. Таким чином, за 130 років за рахунок трансформацій агропромислового сектору в контексті переходу до смарт технологій на 1060% збільшилась кількість людей, яких можна забезпечити їжею.

У найближчому майбутньому наступні ключові смарт технології, що визначені згідно дослідження, проведеного «StartUs insights» у 2023 р. [14] щодо тенденцій, технологій та стартапів в сільському господарстві, вплинуть на подальшу трансформацію світового та національного агропромислового секторів, а саме:

1. Інтернет речей (Internet of Things).
2. Робототехніка (Robotics).
3. Штучний інтелект (Artificial Intelligence).
4. Агродрони (Agri Drones).
5. Точне землеробство (Precision Agriculture).
6. Аграрні біотехнології (Agricultural Biotechnology).
7. Великі дані та їх аналіз (Big Data & Analytics).

8. Контрольоване сільське господарство (Controlled Environment Agriculture).
9. Відновлюване сільське господарство (Regenerative Agriculture).
10. Технологія підключення (Connectivity Technology).

Інтернет речей (Internet of Things, IoT) – це смарт технологія, з допомогою якої різні пристрої обмінюються даними між собою без втручання людини. На основі цих даних програмне забезпечення формує зрозумілі звіти для аграрія. В агропромисловому секторі використовуються наступні технології Інтернету речей:

1. Електронні мапи полів
2. Датчики на техніці: GPS-трекери, лічильники насіння і добрив, датчики заповнення бункера комбайна
3. Датчики рівня пального і проточні витратоміри
4. Ультразвукові сканери (глибина оранки поля, наповнення кузова зерновоза, аналіз мікроелементів в ґрунті тощо).
5. Електронні вагові контролери на елеваторі, вологоміри на елеваторі
6. Електронні АЗС
7. RFID-картки і зчитувачі: автоматична ідентифікація водія і МС
8. BLE – мітки причіпного обладнання
9. Система «свій»-«чужий» для комбайна+зерновоза
10. Погодні станції.
11. Дрони\супутники [2].

Робототехніка (Robotics). В агропромисловому секторі роботи мають широкий спектр застосувань: від виконання складних завдань, таких як моніторинг посівів і вимірювання рівня кислотності ґрунтів, до простих завдань зі збору та пакування фруктів і овочів і посадки насіння. На сьогоднішній день роботи в агропромисловому секторі виконують такі завдання, як:

1. Посів насіння. Безпілотні трактори та роботи повільно замінюють керовану водієм техніку для посіву насіння.
2. Збирання врожаю. Для цього використовуються роботи зі «збиральними руками» для збирання дозрілих фруктів і овочів.
3. Упаковка сільськогосподарської продукції. Упаковка фруктів і овочів для роздрібною торгівлі часто здійснюється за допомогою конвеєрної стрічки та автоматизованих «збиральних рук» для упаковки продуктів відповідно до їх типу.
4. Палетування. Традиційно для операція виконується навантажувачем і водієм. Зараз ця операція автоматизована за допомогою роботів-палетувальників або «збиральних рук».
5. Догляд за посівами. Роботи допомагають підтримувати посіви шляхом обрізки рослин, прополки землі, внесення інсектицидів або поживних речовин і забезпечення зрошення земель.

6. У тваринництві. Багато повторюваних завдань у тваринництвом, які можна автоматизувати, включаючи доїння корів, розкид корму та моніторинг земель для випасу [8].

Штучний інтелект (Artificial Intelligence). Штучний інтелект в агропромисловому секторі синхронізує все сільськогосподарське обладнання, аналізує дані, приймає рішення та застосовує оптимальні дії на всіх етапах виробництва сільськогосподарської продукції, що виводить галузь на абсолютно новий рівень. Ця смарт технологія використовується для супутникового польового та ґрунтового обстеження; управління лісовим господарством; оцінки стану здоров'я рослин; сортування культур; контролю і управління тваринництвом; автоматизації систем збирання врожаю [7].

Агродрони (Agri Drones). Дрони можна використовувати в агропромисловому секторі в таких видах сільськогосподарської діяльності, як: моніторинг стану посівів; оцінку

врожайності; оцінку нестачі води; виявлення бур'янів, шкідників і хвороб; для точного зрошення та боротьби з бур'янами, шкідниками та хворобами. Вони здатні розпилювати воду та пестициди в точних кількостях на основі екологічних даних [6].

Точне землеробство (Precision Agriculture). Точне землеробство (Precision Agriculture) – це смарт технологія управління сільським господарством, яка об'єднує сучасні технології збору даних і комунікації [11]. В агропромисловому секторі використовуються наступні технології точного землеробства, а саме: технології відстеження та моніторингу стану здоров'я худоби; інноваційні теплиці; транспортування і логістика з допомогою технології GPS; автоматизація ферм та інші.

Аграрні біотехнології (Agricultural Biotechnology). Аграрні біотехнології – це сукупність наукових методів, які використовуються для поліпшення рослин, тварин і мікроорганізмів [15]. Біотехнологія забезпечує удосконалення ДНК рослин, тварин, мікроорганізмів, які неможливі лише за допомогою традиційного схрещування споріднених видів, що сприяє підвищенню рівня врожайності та продуктивності сільського господарства.

Великі дані та їх аналіз (Big Data & Analytics). Аналізування великих даних є одним з інструментів трансформації агропромислового сектору [13]. Використання великої кількості даних може вирішити проблеми виробництва та продажу сільськогосподарської продукції шляхом підвищення точності прогнозування та підвищення ефективності роботи агропромислового сектору. Такі дані використовуються для: покращення прогнозування врожайності та виробництва; прискорення доставки; прийнятті рішень у режимі реального часу; прогнозування технічного обслуговування; підвищення енергоефективності; прийняття управлінських рішень на основі даних; оптимізації методів ведення сільського господарства; прогнозування попиту на сільськогосподарську продукцію; розробки інноваційних програм ціноутворення; зменшення харчових відходів; економії коштів і можливості розширення для бізнесу; управління ланцюгом постачань сільськогосподарської продукції.

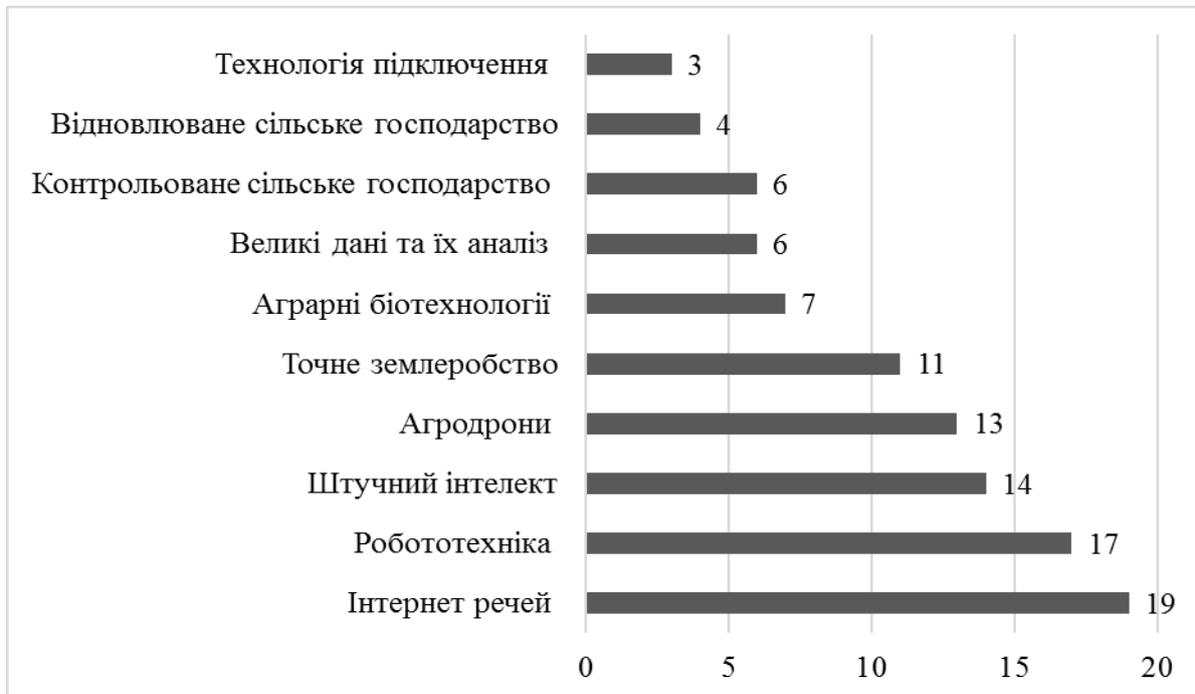
Контрольоване сільське господарство (Controlled Environment Agriculture). Програми контрольованого сільського господарства (CEA) – це смарт технології вирощування сільськогосподарських культур у контрольованому середовищі (наприклад, вертикальні ферми та рослинні фабрики) [10]. З допомогою даної смарт технології відбувається переміщення виробництва продуктів харчування ближче до міських центрів, допомагаючи задовольнити потреби великої кількості населення, а також досягти глобальних кліматичних цілей.

Відновлюване сільське господарство (Regenerative Agriculture). Відновлюване сільське господарство – це смарт технологія, яка описує методи землеробства та випасання худоби, які, серед інших переваг, повертають зміну клімату, відновлюючи органічну речовину ґрунту та відновлюючи деградоване біорізноманіття ґрунту, що призводить як до скорочення вуглецю, так і до покращення кругообігу води [16]. До відновлюваних методів землеробства, скотарства та землекористування, що використовуються для створення відновлюваних харчових систем і здорових природних екосистем відносяться: аквакультура; агроекологія; агролісомеліорація; біовугілля; компост; комплексне планове випасання; No-till; вирощування пасовищ; багатрічні культури; лісопасовище.

Технологія підключення (Connectivity Technology). Найпростішими технологіями підключення до інтернету речей є 2 та 3G інтернет. Однак на сьогоднішній день цих інструментів недостатньо, щоб розблокувати всю потенційну цінність підключення для сільського господарства. Щоб досягти цього, агропромисловий сектор повинен перейти до використання цифрових програм та аналітики, що вимагатиме низької затримки, високої пропускну здатності, високої відмовостійкості і підтримки великої кількості підключених

пристроїв, за допомогою передових технологій підключення таких, як супутники LPWAN, 5G і LEO [9].

Вплив зазначених Top10 ключових смарт технологій і інновацій на трансформацію агропромислового сектору наведено на рис. 1.



Джерело: складено автором за [5].

Рис. 1. Вплив Top10 ключових технологій і інновацій на трансформацію агропромислового сектору

На сьогоднішній день найбільший вплив на трансформацію агропромислового сектору має Інтернет речей (Internet of Things) – 19% та робототехніка (Robotics) – 17%, найменший вплив має технологія підключення (Connectivity Technology) – 3%.

Висновки. За останні 130 років агропромисловий сектор кардинально змінився від переважання ручної до машинної, а потім автоматизованої та роботизованої праці. Чому сприяло винайдення таких сучасних смарт технологій, як: Інтернет речей; робототехніка; штучний інтелект; агродрони; точне землеробство; аграрні біотехнології; великі дані та їх аналіз; контрольоване сільське господарство; відновлюване сільське господарство; технології підключення. Впровадження нових смарт технологій в агропромисловому секторі розширило масштаби, швидкість і продуктивність сільськогосподарського обладнання, що в свою чергу призвело до підвищення ефективності обробки земель меншою кількістю людей, збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та її врожайності. Це забезпечило підвищення кількості людей, яких можна забезпечити їжею з 1 акру землі до 265 осіб.

References

1. Bondarenko, L. V. (2017). Vprovadzhennia novykh informatsiinykh tekhnolohii u profesiinu diialnist ahronoma [Implementation of new information technologies in the professional activity of an

Література

1. Бондаренко Л. В. Впровадження нових інформаційних технологій у професійну діяльність агронома. *Наукова праця. Педагогіка*. 2017. Вип. 281. Т. 293. URL:

- agronomist]. *Naukova pratsia. Pedagogika = Scientific work. Pedagogy*, Vol. 281, Part 293. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/399081.pdf> [in Ukrainian].
2. Kravets, I. (2020). Shcho take IoT-platforma abo Internet rechei dlia ahrariia [What is an IoT platform or the Internet of Things for a farmer]. *Ahrobiznes Ukraina = Agribusiness Ukraine*, Vol. 2. URL: <https://agrobusiness.com.ua/shcho-take-iot-platforma-abo-internet-rechei-dlia-ahrariia> [in Ukrainian].
3. Pishchenko, O. (2022). Stratehii tsyfrovoho ahrarnoho sektoru v umovakh ekoloho-ekonomichnoi bezpeky [Strategies of the digital agricultural sector in the conditions of environmental and economic security]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu = Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, Vol. 5, Part 1, P. 303–310. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-310-50.pdf> [in Ukrainian].
4. Potapova, N. A. (2018). Smart-lohistyka yak skladova innovatsiinoho rozvytku ahrobiznesu [Smart logistics as a component of innovative development of agribusiness]. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/b0c84a94-348b-407b-98ca-7905aa06629e/content> [in Ukrainian].
5. Mind (2022). 10 najkrashchykh tendentsii, tekhnolohii ta innovatsii u silskomu hospodarstvi za 2022 rik [Top 10 trends, technologies and innovations in agriculture for 2022]. URL: <https://mind.ua/publications/20250592-10-najkrashchih-tendencij-tehnologij-ta-innovacij-u-silskomu-gospodarstvi-za-2022-rik> [in Ukrainian].
6. Abderahman Rejeb, Alireza Abdollahi, Karim Rejeb, Horst Treiblmaier (2022). Drones in agriculture: A review and bibliometric analysis. *Computers and Electronics in Agriculture*. Vol. 198. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0168169922003349>.
7. Artificial Intelligence (AI) in Agricultural. URL: <https://data-science-ua.com/industries/ai-in-agriculture/>
8. Cope, J. (2022). How Robots are used in Agriculture. *Parvalux* URL: <https://www.parvalux.com/how-robots-are-used-in-agriculture/>
9. Lutz, G., Katz, J., Menard, A., Revellat, J. (2020). Agriculture's connected future: How technology can
- <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/399081.pdf>.
2. Кравець І. Що таке IoT-платформа або Інтернет речей для аграрія. *Агробізнес Україна*. 2020. № 2. URL: <https://agrobusiness.com.ua/shcho-take-iot-platforma-abo-internet-rechei-dlia-ahrariia>.
3. Піщенко О. Стратегії цифрового аграрного сектору в умовах еколого-економічної безпеки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 5. Том 1. С. 303–310. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-310-50.pdf>.
4. Потапова Н. А. Смарт-логістика як складова інноваційного розвитку агробізнесу. 2018. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/b0c84a94-348b-407b-98ca-7905aa06629e/content>.
5. 10 найкращих тенденцій, технологій та інновацій у сільському господарстві за 2022 рік. *Mind*. 2022. URL: <https://mind.ua/publications/20250592-10-najkrashchih-tendencij-tehnologij-ta-innovacij-u-silskomu-gospodarstvi-za-2022-rik>.
6. Abderahman Rejeb, Alireza Abdollahi, Karim Rejeb, Horst Treiblmaier. Drones in agriculture: A review and bibliometric analysis. *Computers and Electronics in Agriculture*. 2022, 107017. Vol. 198. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0168169922003349>.
7. Artificial Intelligence (AI) in Agricultural. URL: <https://data-science-ua.com/industries/ai-in-agriculture/>
8. Cope J. How Robots are used in Agriculture. *Parvalux*. 2022. URL: <https://www.parvalux.com/how-robots-are-used-in-agriculture/>
9. Lutz G., Katz J., Menard A., Revellat J. Agriculture's connected future: How

yield new growth. *McKinsey Center for Advanced Connectivity and Agriculture Practice*. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Agriculture/Our%20Insights/Agricultures%20connected%20future%20How%20technology%20can%20yield%20new%20growth/Agricultures-connected-future-How-technology-can-yield-new-growth-F.pdf>.

10. Engler, N., Krarti, M. (2021). Review of energy efficiency in controlled environment agriculture. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Vol. 141. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1364032121000812>.

11. Smart Farming Technologies: benefits, challenges, and New Tech to Know. *Monarch*. URL: <https://www.monarchtractor.com/blog/smart-farming-technologies>.

12. The complete guide to smart agriculture and farming. *Smarter Technologies*. URL: <https://smartertechnologies.com/guides/the-complete-guide-to-smart-agriculture-farming/>

13. Tymchuk, I. (2022). Big Data in agriculture: Trends, challenges, solutions. *N-X*. URL: <https://www.n-ix.com/big-data-in-agriculture/>

14. Uncover the Top 10 Agriculture Trends, Technologies & Innovations in 2024. *StartUs insights*. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/agriculture-trends-innovation/5290> міжнародних стартапів і скейлапі.

15. What is Agricultural Biotechnology? U.S. Agency for International Development, Agricultural Biotechnology Support Project II, and the Program for Biosafety Systems. URL: http://absp2.cornell.edu/resources/briefs/documents/warp_briefs_eng_scr.pdf.

16. Why regenerative agriculture. URL: <https://regenerationinternational.org/why-regenerative-agriculture/>

technology can yield new growth. *McKinsey Center for Advanced Connectivity and Agriculture Practice*. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Agriculture/Our%20Insights/Agricultures%20connected%20future%20How%20technology%20can%20yield%20new%20growth/Agricultures-connected-future-How-technology-can-yield-new-growth-F.pdf>.

10. Engler N., Krarti M. Review of energy efficiency in controlled environment agriculture. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 2021. Vol. 141. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1364032121000812>.

11. Smart Farming Technologies: benefits, challenges, and New Tech to Know. *Monarch*. URL: <https://www.monarchtractor.com/blog/smart-farming-technologies>.

12. The complete guide to smart agriculture and farming. *Smarter Technologies*. URL: <https://smartertechnologies.com/guides/the-complete-guide-to-smart-agriculture-farming/>

13. Tymchuk I. Big Data in agriculture: Trends, challenges, solutions. *N-X*. URL: <https://www.n-ix.com/big-data-in-agriculture/>

14. Uncover the Top 10 Agriculture Trends, Technologies & Innovations in 2024. *StartUs insights*. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/agriculture-trends-innovation/5290> міжнародних стартапів і скейлапі.

15. What is Agricultural Biotechnology? U.S. Agency for International Development, Agricultural Biotechnology Support Project II, and the Program for Biosafety Systems. URL: http://absp2.cornell.edu/resources/briefs/documents/warp_briefs_eng_scr.pdf.

16. Why regenerative agriculture. URL: <https://regenerationinternational.org/why-regenerative-agriculture/>

УДК 339.138:005.21:339.9](045)

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.7

Жанна М. Жигалкевич, Валерія В. Романовська

*Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського», Україна*

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ
НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ**

У статті розкрито теоретичні засади та розроблено практичні рекомендації щодо формування політики просування на міжнародних ринках. Теоретичною базою дослідження були літературні джерела як закордонних, так і вітчизняних авторів, що спрямовані на дослідження сутності політики просування, у тому числі на міжнародному ринку. У роботі подано удосконалене визначення «просування», як комплексу дій для створення глибоких взаємозв'язків між компанією та цільовою аудиторією з метою подальшого продажу товарів компанії та збільшення повторних купівель в компанії. Надано авторське бачення ролі політики просування у маркетинговій стратегії компанії, що представлено у вигляді логіко-структурної схеми. Спеціальний акцент був зроблений на передумовах виникнення політики просування та її місці у загальному управлінні маркетинговою діяльністю. Визначено ключові аспекти формування та реалізації політики просування на міжнародному ринку, а також проведено докладний аналіз інструментарію для досягнення цілей підприємства на різних етапах його розвитку. Також було проаналізовано конкретний інструментарій, який може бути застосованим в різних напрямках та на різних етапах маркетингової діяльності для досягнення цілей підприємства, а також визначено принципи ефективного використання політики просування товарів. Здійснено ґрунтовний аналіз інструментів, що використовуються в політиці просування. Зокрема, виділено дві загальні групи: класичні та сучасні, та надано їх характеристику. Особливу увагу приділено SMM, як найбільш популярнішому інструменту маркетингу. Подано гістограми та діаграми найбільш популярних тематик контенту, найбільш популярні соціальні мережі ринку B2B. Систематизовано у вигляді таблиці основні відмінності між ринками B2B та B2C, з метою докладного розуміння особливостей просування товарів на міжнародних ринках. Визначено процес просування товару на міжнародних ринках, які є особливості просування та специфіку стратегії просування на міжнародних ринках. Надано характеристику Push-стратегії, Pull-стратегії, комбінованої стратегія, як основним стратегіям просування товарів.

***Ключові слова:** просування; політика просування; маркетингова стратегія; інструменти просування; збут; ринок; B2B; B2C; міжнародні ринки.*

Zhanna M. Zhygalkevych, Valeriia V. Romanovska

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Ukraine

**FEATURES OF PROMOTION POLICY FORMATION
ON INTERNATIONAL MARKETS**

The article reveals the theoretical foundations and develops practical recommendations for the formation of promotion policy on international markets. The theoretical base of the study was literary sources of both foreign and domestic authors, aimed at researching the essence of promotion policy, including on the international market. The work presents an improved definition of "promotion" as a set of actions to create deep relationships between the company and the target audience in order to further sell the company's goods and increase repeat purchases in the company. The author's vision of the role of promotion policy in the company's marketing strategy is provided, which is presented in the form of a logical-structural scheme. Special emphasis was

placed on the prerequisites for the emergence of promotion policy and its place in the general management of marketing activities. The key aspects of the formation and implementation of the promotion policy on the international market were determined, and a detailed analysis of the tools for achieving the company's goals at various stages of its development was also carried out. Specific tools that can be applied in different directions and at different stages of marketing activities to achieve the company's goals were also analyzed, and the principles of effective use of product promotion policy were also determined. A thorough analysis of the tools used in the promotion policy was carried out. In particular, two general groups are singled out: classical and modern, and their characteristics are provided. Special attention is paid to SMM, as the most popular marketing tool. Histograms and charts of the most popular content topics, the most popular social networks of the B2B market are presented. The main differences between B2B and B2C markets are systematized in the form of a table, with the aim of a detailed understanding of the features of the promotion of goods on international markets. The process of product promotion on international markets is defined, which are the features of promotion and the specifics of the strategy of promotion on international markets. The characteristics of Push-strategy, Pull-strategy, combined strategy as the main strategies of product promotion are provided.

Keywords: *promotion; promotion policy; marketing strategy; promotion tools; sales; market; B2B; B2C; international markets.*

Постановка проблеми. Сучасний світ, з його швидкими змінами і глобалізацією економічних відносин, створює нові виклики та можливості для підприємств, які бажають розширити свій бізнес на міжнародному ринку. Просування товарів на міжнародних ринках стає важливою складовою успішної діяльності компанії. Щоб здійснити успішний вхід на міжнародний ринок та зберегти конкурентоспроможність, підприємства повинні ретельно розробити та реалізувати ефективну політику просування своїх товарів.

Розуміння сутності політики просування товару на міжнародному ринку має велике значення для підприємств, які прагнуть розширити свою глобальну присутність і досягти стабільного росту. Тому тема дослідження актуальна та своєчасна.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Політиці просування присвячено значну кількість науково-практичних праць зарубіжних і вітчизняних авторів. Наприклад, автори Дж. Россітер та Л. Персі у своїй роботі підкреслюють, що просування «це будь-яка форма повідомлень, використовуваних підприємством для інформації, переконання чи нагадування про свої товари, послуги, ідеї, громадську діяльність та їх вплив на суспільство» [1]. А.О. Старостіна у своєму навчальному посібнику «Маркетинг» визначає, що просування «це будь-яка форма комунікації, що використовується суб'єктом для інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари або послуги» [2]. З іншого боку, О.В. Зозульов та Н.С. Кубишина у своїй книзі «Маркетинг» приділяють особливу увагу стимулюванню збуту, особливо в контексті Pull-стратегії для кінцевих споживачів та Push-стратегії для посередників [3].

Але незважаючи на існуючі праці, вважається необхідним поглибленні дослідження у сфері політиці просування на міжнародних ринках.

Мета дослідження. Метою поданої статті є поглиблені дослідження щодо особливостей формування політики просування на міжнародних ринках.

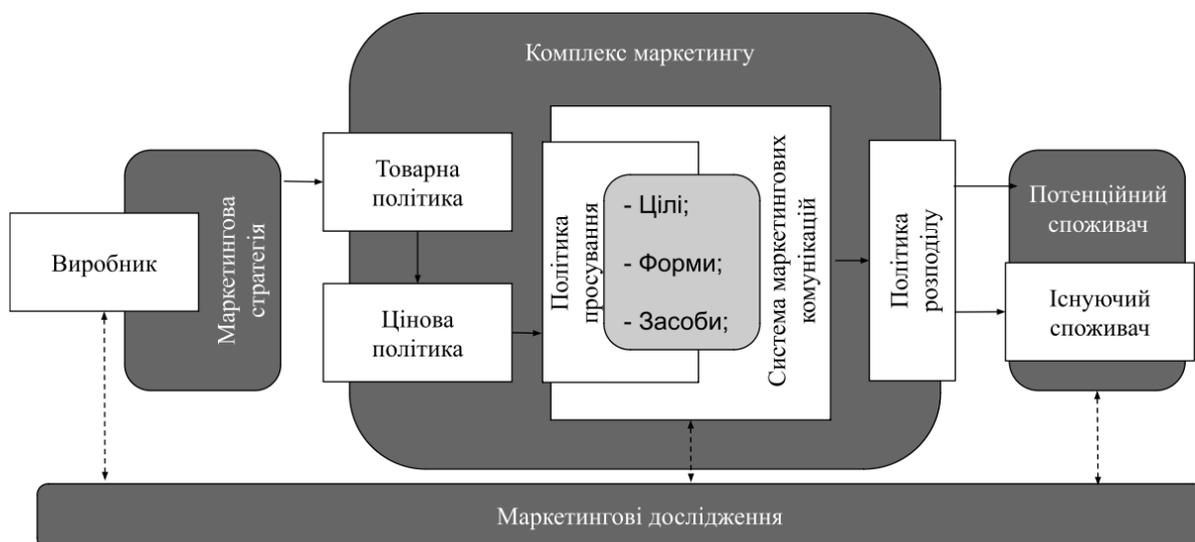
Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Політика просування – це комплекс дій для створення глибоких взаємозв'язків між компанією та цільовою аудиторією (кінцевим споживачем, партнером, дистриб'ютором) з метою подальшого продажу товарів компанії та збільшення повторних купівель в компанії, під час яких використовуються

методи та інструменти маркетингових комунікацій, брендингу, позиціонування та стимулювання збуту.

Загальна мета політики просування полягає у створенні і підтримці сприятливого інформаційного середовища навколо товару чи послуги. Вона має впливати на споживачів, залучаючи їх увагу, створюючи і підтримуючи інтерес до товарів або послуг компанії, формуючи позитивний імідж, а також стимулюючи їх потребу в покупці.

Для того, щоб сформувавши політику просування, необхідно визначити ключові аспекти формування та реалізації політики просування товару на міжнародному ринку. Проаналізувати стратегії, інструменти та методи, які підприємства можуть використовувати для досягнення успіху в глобальному бізнесі. Також важливо враховувати аспекти взаємодії з різними групами зацікавлених сторін, включаючи споживачів, дистриб'юторів та конкурентів, і як ці відносини можуть впливати на результати міжнародної діяльності підприємства.

Як вже було зазначено вище, політика просування товарів є складовою маркетингової стратегії компанії. У цьому контексті, система маркетингових комунікацій визначає інтегрований підхід до виведення продукції на ринок (рис. 1).



Джерело: удосконалено авторами на основі: [4].

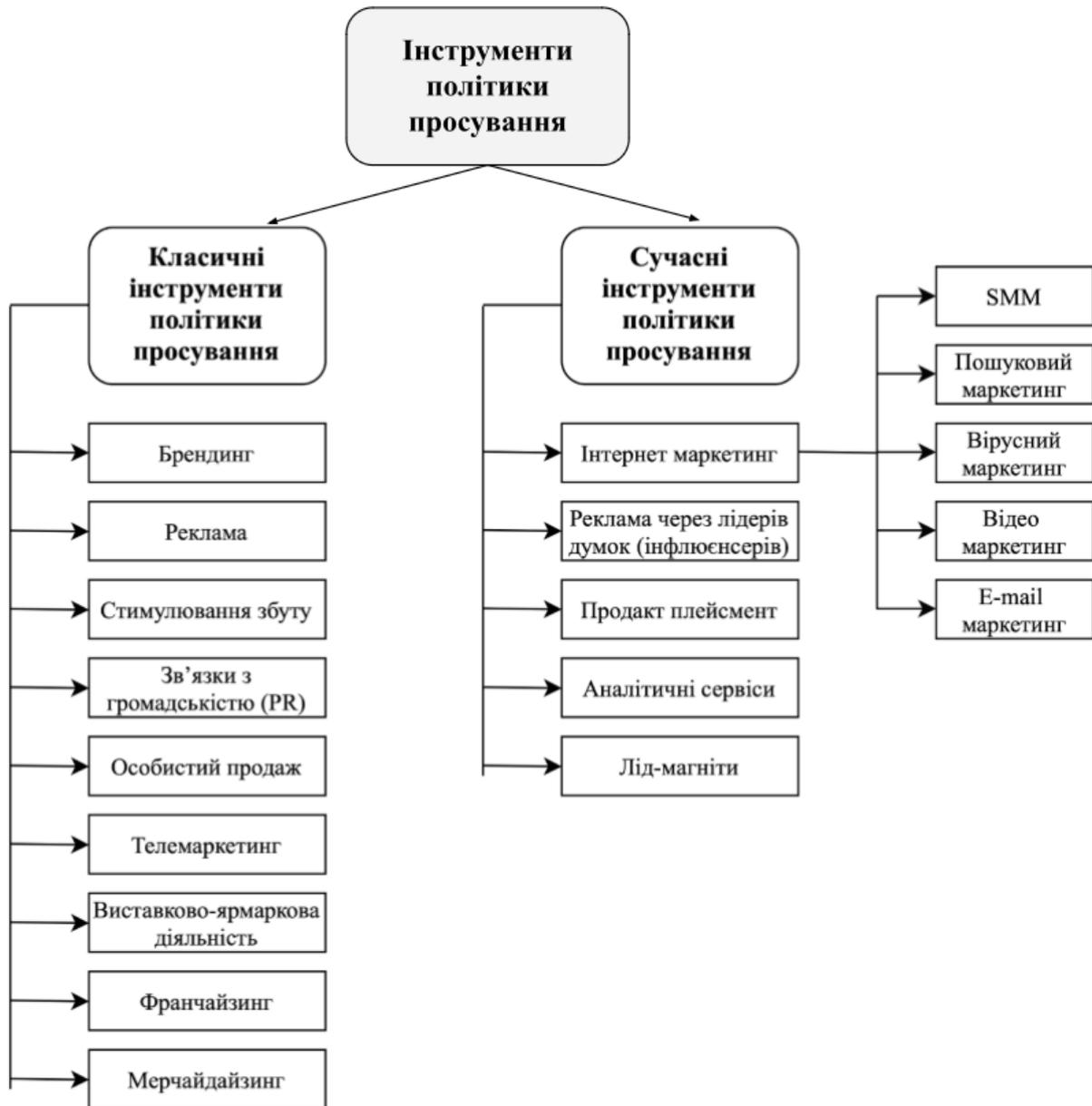
Рис. 1. Політика просування як один із основних інструментів реалізації маркетингової стратегії на підприємстві

Щодо інструментів політики просування, то вони відрізняються відносно різною тривалістю свого існування та ступенем адаптації до сучасних умов. Деякі з них використовуються компаніями протягом тривалого періоду, в той час, як інші є відносно новими і були створені через вплив появи Інтернету та супроводжуваними його змінами. З метою кращого розуміння усіх інструментів, що використовуються різними компаніями в політиці просування, авторами було здійснено розподіл інструментів політики просування на дві основні категорії: класичні та сучасні (рис. 2).

Класичні інструменти існують протягом тривалого часу і є сталими в ефективних маркетингових стратегіях. Але сучасні інструменти мають швидкоплинний характер і піддаються впливу постійних змін алгоритмів Інтернету та технологічних інновацій.

Отже, серед класичних інструментів просування, що зарекомендували себе протягом багатьох років, можна виділити наступні: брендинг, реклама, стимулювання збуту, відносини

з громадськістю, персональний продаж, телемаркетинг, участь у виставках і ярмарках, франчайзинг та мерчандайзинг.



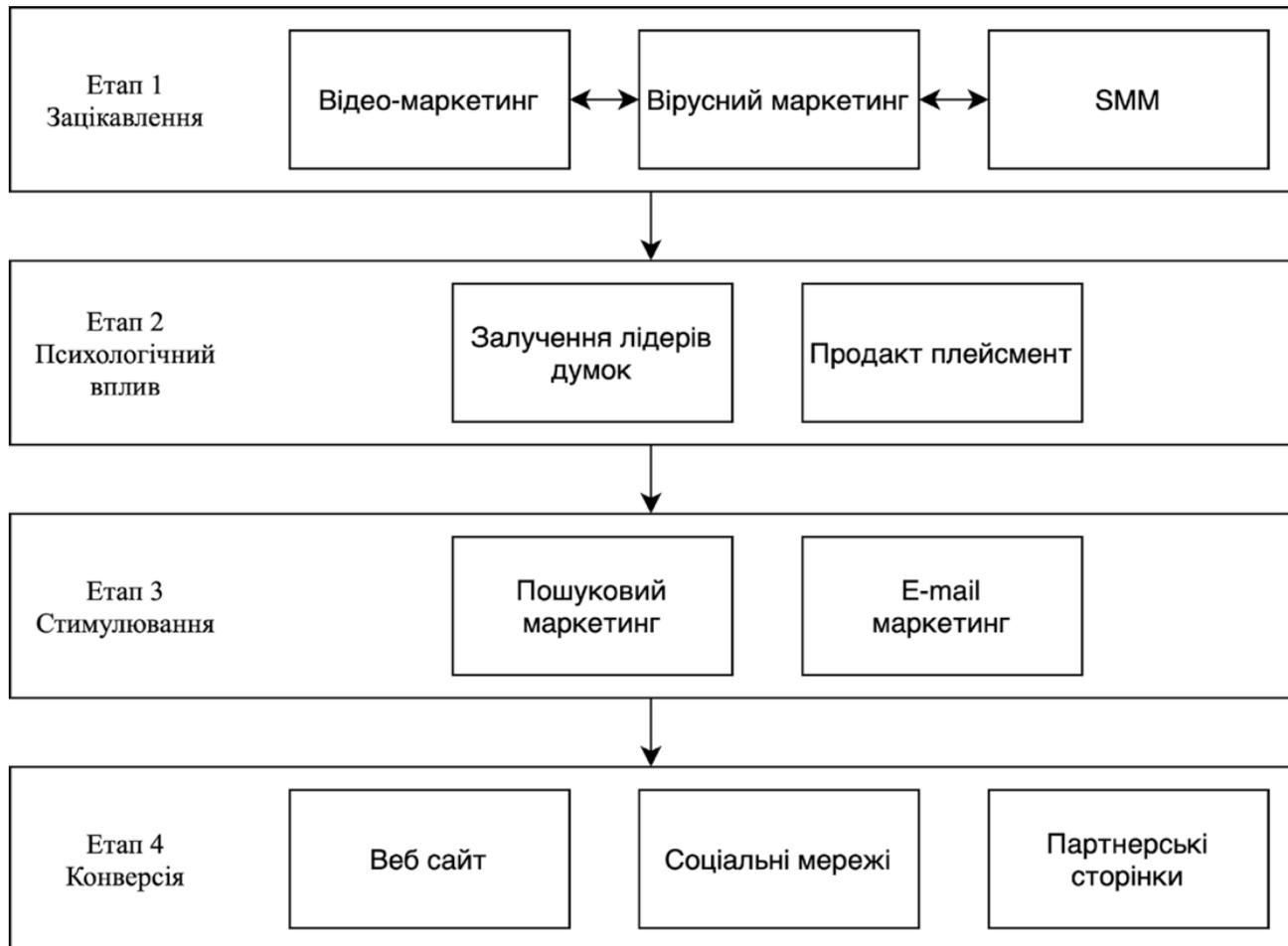
Джерело: сформовано авторами.

Рис. 2. Класичні та сучасні інструменти політики просування

Сучасна політика просування включає різноманітні інструменти, які набули популярності завдяки зростанню впливу Інтернету та змінам у споживчому поведінці.

Інтернет-маркетинг – це комплекс інструментів для просування, залучення нових споживачів та утримання наявних. До цих інструментів відносять SMM (Social Media Marketing), пошуковий маркетинг, вірусний маркетинг, відео-маркетинг, e-mail маркетинг.

Усі сучасні інструменти просування слугують єдиній цілі: зацікавити споживача та перенаправити його на той ресурс, на якому він зможе вчинити цільову дію. Наприклад, здійснити купівлю, зареєструватися на подію, залишити свій контакт, тощо (рис. 3).

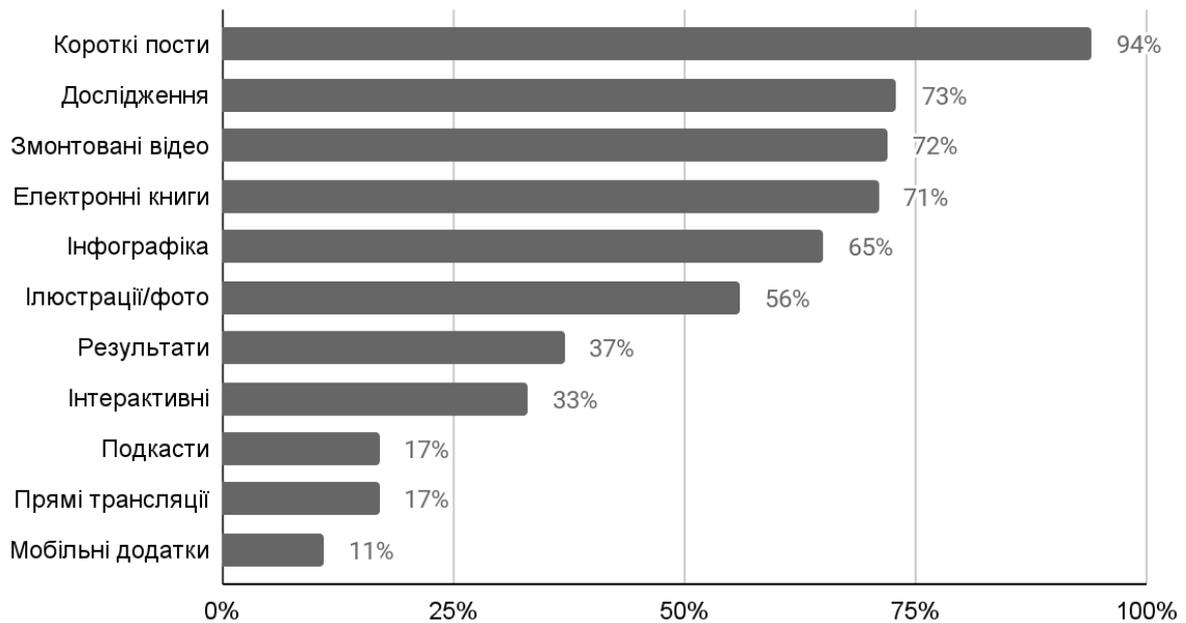


Джерело: сформовано авторами.

Рис. 3. Сучасні інструменти просування в етапах взаємодії зі споживачем

Внаслідок спалаху Covid-19 спостерігалася загальна тенденція до зростання популярності онлайн-платформ. Це зростання ще більше зміцнило довіру споживачів до онлайн-магазинів, служб доставок та освітніх платформ. З метою привернення більшої кількості клієнтів, компанії активно розміщують рекламу на різних онлайн-платформах. Для оцінки ефективності цих рекламних кампаній використовується такий показник, як коефіцієнт конверсії. Цей показник визначається як відношення кількості цільових дій (наприклад, покупок або реєстрацій) до загальної кількості відвідувачів сайту, на якому розміщується реклама. Наразі пошукова мережа Google є найбільш популярним середовищем для споживачів, коли йдеться про здійснення конверсії [5].

SMM (Social Media Marketing) наразі є найбільш популярним інструментом маркетингу як для великих компаній, так і для невеликих бізнесів. Свою популярність даний інструмент отримав завдяки легкій взаємодії зі споживачами і можливістю розвиватись і залучати нових споживачів без вагомих вкладень. А також завдяки контенту, що просувається через алгоритми соціальних мереж. Саме в маркетингу соціальних зв'язків найчастіше за все створюється вірусний маркетинг, що активно розповсюджується через соціальні мережі за рахунок можливості ділитися публікаціями. Головним інструментом в SMM є блогінг – тобто ведення сторінок у форматі сторітелінгу, де люди діляться як власними життєвими ситуаціями, так і розвитком власного бізнесу.

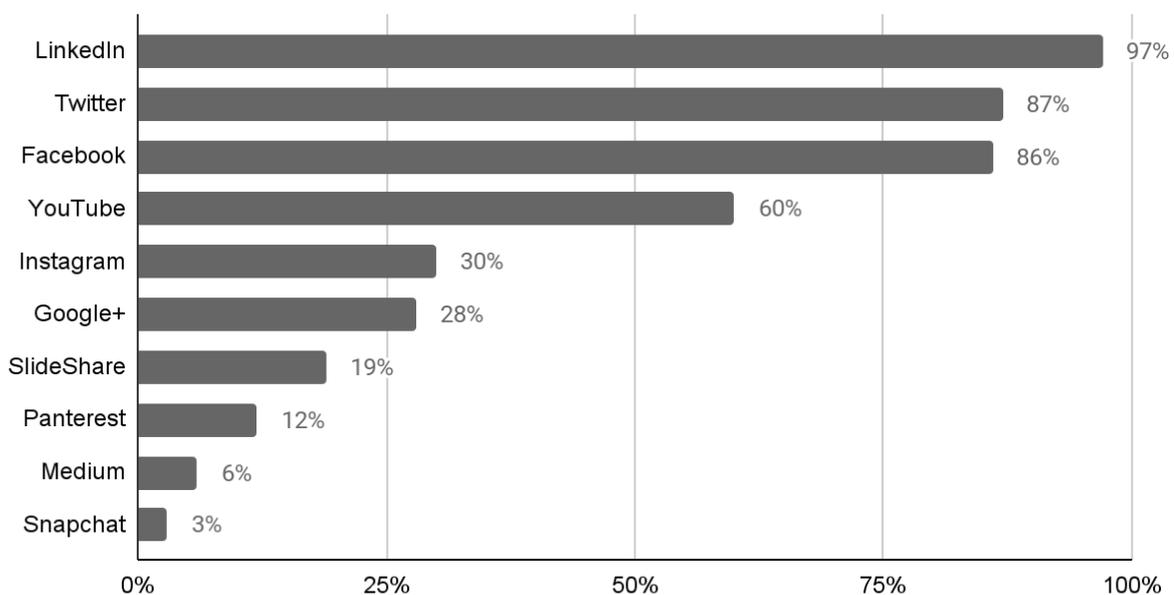


Джерело: складено авторами на основі [6].

Рис. 4. Контент, що використовується в B2B маркетингу

Просування через соціальні мережі є, перш за все, просуванням «від людини до людини», тобто контент створюється таким чином, щоб він був цікавим, корисним та розважав саме людей. Проте в залежності від того, на який ринок націлена соціальна мережа, контент може змінюватись. На рис. 4 подано найбільш популярні тематики контенту для B2B ринку.

Найбільш популярним контентом для соціальних мереж є короткі пости. Це можуть бути короткі твіти в Twitter, пости в Facebook, Instagram та LinkedIn. Проте для B2B ринку найбільш релевантними є соціальні мережі LinkedIn та Twitter (рис. 5).

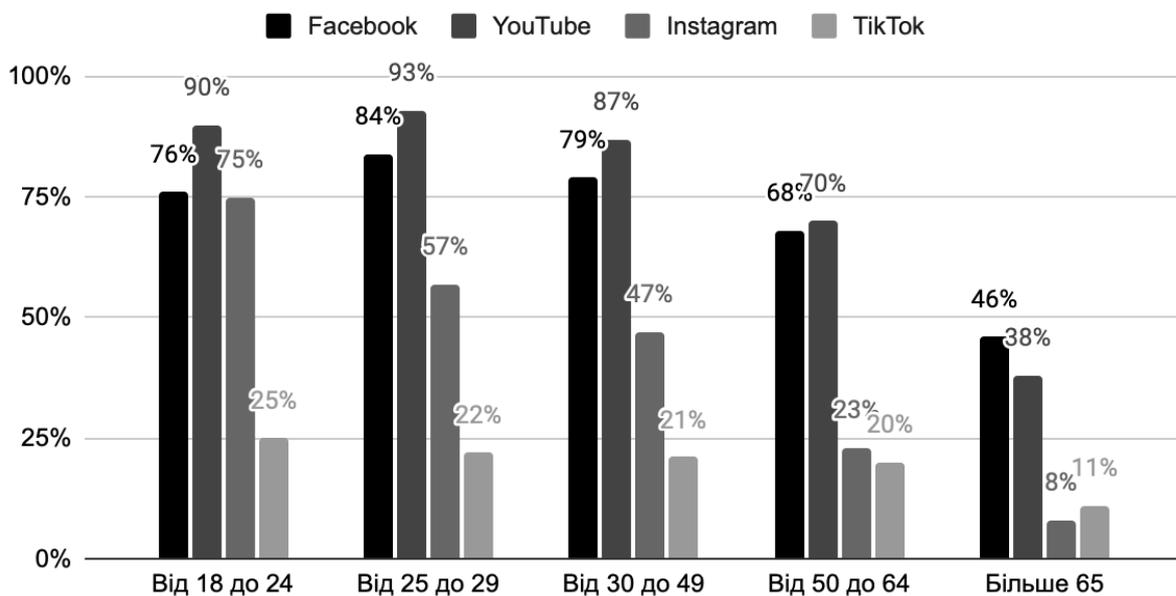


Джерело: складено авторами на основі [6].

Рис. 5. Найбільш популярні соціальні мережі для B2B маркетингу

Ринок B2C має певні відмінності у виборі контенту та соціальних мереж для залучення клієнтів. Наприклад, тут найчастіше використовують e-mail розсилки, менше публікують лонгриди (тексти, що мають більше, ніж 3000 знаків) і більше комунікують зі споживачами через прямі трансляції [6].

Релевантність соціальних мереж для B2C ринку визначається двома головними критеріями: загальне охоплення соціальною мережею споживачів (скільки людей присутні на даних платформах) та вікове розподілення (рис. 6). Географічне розташування також є важливою складовою але воно розглядається кожною компанією окремо під її потреби. Найбільш популярними соціальними мережами серед споживачів є Facebook, YouTube, WhatsApp та Instagram. TikTok також стрімко розвивається, адже наразі відбувається збільшення попиту на відеоконтент [7].



Джерело: складено авторами на основі [8; 9].

Рис. 6. Розподіл популярності соціальних мереж за віковими категоріями

З метою докладного розуміння особливостей просування товарів на міжнародних ринках, авторами було виявлено основні відмінності між ринками B2B та B2C (табл. 1).

Таблиця 1

Основні відмінності між ринками B2B та B2C

Категорії	Ринок B2B	Ринок B2C
1	2	3
Покупці	Товар або послуга продається від одного підприємства до іншого	Товар або послуга продається від підприємства (виробника) до кінцевого споживача
	Невелика кількість компаній-покупців	Велика кількість споживачів
	Відносини характеризуються довго тривалістю	Відносини здебільшого є короткостроковими
	Інтерес зв'язаний з виробничою потребою у закупівлях та збільшенні прибутку	Інтерес споживача у придбанні товару виникає внаслідок його потреби у задоволенні певних життєвих потреб

Продовження табл. 1

1	2	3
	Характерні великі обсяги закупівель, часто оптом, рішення про купівлю здебільшого ґрунтуються на фахових знаннях та досвіді, що ускладнює процес прийняття рішень про купівлю та збільшує часові рамки процесу придбання	Характерні одиночні купівлі товару (від 1 до 5 шт.), процес купівлі може бути результатом спонтанних рішень або імпульсивної реакції на конкретну ситуацію чи подію. Часто споживач приймає рішення про придбання товару без попереднього планування
	Споживачами можуть виступати різні суб'єкти, такі як підприємства різних сфер господарства, державні установи, учбові заклади, неприбуткові організації, банки, страхові компанії, інвестиційні підприємства, компанії з інновацій тощо	Купівля товарів та послуг здійснюється окремими особами для особистого використання
Ціна на товари	Цінова політика для стандартних товарів базується на фіксованому переліку цін, тоді як для спеціальних товарів ціни формуються на основі узгоджень або конкурентних торгів	Визначається через стратегію формування цін, канали реалізації та ступінь контролю за ринком
	Низька еластичність попиту на товари, що означає, що зміни цін на товари не впливають на кількість замовлень або попит на них	Висока еластичність попиту на товари, що означає, що споживач з більшою вірогідністю звернеться до іншого виробника, який має меншу ціну на товар
Просування	Базується на особистому продажі, наданні технічної консультації, прямому рекламному маркетингу через direct, медіа-маркетинг, цільові заходи (виставки, конференції, тощо) та Інтернет	Базується на рекламі, використанні персонально ідентифікованої інформації, торгових марках, бренду та стимулюванні збуту
	Формування бренду компанії на основі особистих відносин	Формування бренду компанії на основі комунікаційної політики через Інтернет та соціальні мережі
Збут	Одно- або дворівневі канали збуту, що керуються спеціалізованими постачальниками і дистриб'юторами. Вимоги до обслуговування та мережі розподілу відіграють ключову роль при укладанні угод	Довгі канали збуту через посередників та комерційні структури

Джерело: складено авторами на основі [10; 11].

З поданої таблиці видно, що B2B та B2C ринки мають вагомі відмінності, що безпосередньо впливають на формування маркетингової стратегії просування товару. Ці відмінності стосуються багатьох аспектів, включаючи характер покупців, їхні потреби та вимоги, розвиток відносин зі споживачами, вплив ціноутворення та просування товарів та послуг на цих ринках. Ринок B2B спрямований на невелику кількість споживачів у формі компаній, де відносини характеризуються довготривалістю, великими обсягами закупівель і

високим професіоналізмом у прийнятті рішень. З іншого боку, ринок B2C орієнтований на велику кількість кінцевих споживачів та характеризується одиночними купівлями або купівлями невеликої кількості товарів, що часто базуються на імпульсивності або спонтанності. Також головною відмінністю обох ринків є характер збуту на них. Для B2B ринку характерні короткі канали збуту, у той час як для B2C ринку більш притаманними є довгі канали збуту з використанням посередників та комерційних структур.

Під час розроблення стратегії просування важливо, щоб підприємство-виробник визначив рекламну комунікаційну стратегію, яка вплине на посередників та споживачів. У цьому контексті виділяють наступні стратегії просування товарів:

1. Push-стратегія, або ж стратегія «проштовхування».
2. Pull-стратегія, або ж стратегія «протягування».
3. Комбінована стратегія.

Під час push-стратегії, головним завданням виробника є інтенсифікація збутових зусиль та створення добре організованої та ефективної мережі торгових посередників. Ці посередники, у свою чергу, сприяють популяризації товару серед кінцевих споживачів через акційні пропозиції, рекламу нових продуктів, створення унікальних пропозицій та застосування системи бонусів за обсяг придбаних товарів.

Застосування pull-стратегії ґрунтується на збільшенні попиту на товар безпосередньо серед кінцевих споживачів, що призводить до підвищення інтересу саме серед споживачів та активного пошуку даного продукту у компаній-посередників. У цьому випадку постачальники самі звертаються до компанії-виробника для включення товарів, які вони планують реалізувати, в свою продуктову лінійку. Pull-стратегія передбачає просування власних товарів виробником, зокрема шляхом масових медіа, соціальних мереж і онлайн-реклами.

Комбінована комунікаційна стратегія збуту є підходом, який поєднує в собі використання як pull-стратегії, спрямованої на створення попиту серед кінцевих споживачів, так і push-стратегії, орієнтованої на залучення посередників для реалізації продукції. Цей підхід дозволяє виробникам ефективно впливати на різні групи споживачів. Комбінація «проштовхування» та «протягування» сприяє підвищенню попиту та одночасно забезпечує необхідність покриття серед посередників.

Підприємство, яке виходить на міжнародний ринок, повинно чітко розуміти поведінку споживачів на даному ринку, а також дії та механізм впливу конкурентів. Це розуміння є ключовим для успішної адаптації до зарубіжних ринків та подальшої ефективної діяльності на них. Для успішного проникнення на міжнародні ринки необхідно слідувати спеціально розробленому комплексу міжнародного маркетингу, до якого входять наступні етапи [12]:

1. Вивчення споживацької поведінки на даному ринку, попиту на товар, що виводиться на ринок, конкурентів, що наявні на даному ринку, конкурентоспроможність власного товару, посередників, які здійснюють транспортування та збут на даному ринку.
2. Формування товарної та цінової політики підприємства.
3. Розробка та здійснення стратегії просування товарів на обраному ринку (рекламні кампанії, стимулювання збуту).
4. Вибір та організація оптимальних каналів збуту продукції.

Усі ці етапи відповідають основним елементам комплексу маркетингу, відомим як "4P": продукт, ціна, місце та просування. Для просування власного товару на міжнародних ринках, компанія може використовувати вже наявні на даному ринку концепції реклами та засоби комунікації, адаптуючи їх відповідно до конкретних умов цих ринків. Цей процес називається комунікаційною адаптацією. Комунікаційна адаптація у міжнародному маркетингу відображає різноманітні підходи до взаємодії компаній зі споживачами на

зовнішніх ринках. Стратегія вибору оптимального рівня адаптації комунікацій може бути ключовим фактором для успішної інтеграції товарів на зарубіжні ринки.

Висновки. Отже, просування товару є формою діалогу між компанією-виробником та споживачами (як існуючими, так і потенційними). Основною роллю політики просування є забезпечення взаємозв'язку зі споживачами через різні методи маркетингової комунікації. Це може бути реклама, прямий маркетинг, особистий продаж, просування в Інтернеті та інші методи. Важливою частиною цього процесу є розуміння потреб та бажань споживачів, що дозволяє компанії створити ефективні стратегії просування, які привертають увагу та створюють позитивне сприйняття продукту або послуг. Але особливу роль має просування на міжнародних ринках. Політика просування включає в себе визначення цільової аудиторії, створення унікальної пропозиції, побудову бренду та контроль за результатами просування. Тому для розробки та здійснення стратегії просування товарів на міжнародних ринках спершу визначити які інструменти політики просування будуть найбільш доцільними для приваблення обраної цільової аудиторії. Для формування ефективної політики просування також необхідно визначити стратегію просування, а саме push-стратегію («проштовхування»), pull-стратегію («протягування») чи комбіновану стратегію. Останнім етапом обрати оптимальний канал збуту товарів на міжнародному ринку, що забезпечить оптимальне поєднання ефективності охоплення ринку та контролю над процесом дистрибуції продукції.

References

Література

1. Rossiter, J. R., Percy, L. (1997). Advertising Communications & Promotion Management. Second edition. N.Y.: McGraw-Hill. 656 p.
1. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг: навч. посібник. Київ: НВП "Інтерсервіс", 2018. 216 с.
2. Starostina, A. O., Kravchenko, V. A., Pryhara, O. Yu., Yarosh-Dmytrenko, L. O. (2018). Marketing: navchalnyy posibnyk [Marketing]. Kyiv: NVP "Interservis". 216 p. [in Ukrainian].
3. Zozulov, O. V., Kubyshyna, N. S. (2011). Marketing: navch. posibnyk [Marketing: education manual]. Kyiv: Znannya. 421 p. [in Ukrainian].
3. Зозульов О. В., Кубишина Н. С. Маркетинг: навч. посібник. Київ: Знання, 2011. 421 с.
4. Onyskiv, V. O. (2010). Prosuvannya Novoho Tovaru Na Rynok [Promotion of New Goods to the Market]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu = Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, № 5, T. 4, P. 103–106 [in Ukrainian].
4. Ониськів В. О. Просування нового товару на ринок. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 5. Т. 4. С. 103–106.
5. Boost Your Social Spend: 2021. Social Media Advertising Trends. URL: <https://www.rivaliq.com/blog/social-media-advertising-trends/>
5. Boost Your Social Spend: 2021. Social Media Advertising Trends. URL: <https://www.rivaliq.com/blog/social-media-advertising-trends/>
6. B2B content marketing. URL: <https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2017/09/2018-b2b-research-final.pdf>.
6. B2B content marketing. URL: <https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2017/09/2018-b2b-research-final.pdf>.
7. Most popular social networks worldwide as of July 2023, ranked by number of monthly active users. URL:
7. Most popular social networks worldwide as of July 2023, ranked by number of monthly active users <https://www.statista.com>

- <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
8. Social Networking Platforms' User Demographics Update 2019. URL: <https://www.marketingcharts.com/digital/social-media-108184>.
9. TikTok User Age, Gender, & Demographics (2023). URL: <https://explodingtopics.com/blog/tiktok-demographics>.
10. Sukhorska, U. R. (2012). Vplyv Planuvannya Zbutu Produktsiyi Na Konkurentospromozhnist' Promyslovoho Pidpryyemstva [The Impact of Product Sales Planning on the Competitiveness of Industrial Enterprises]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny = Scientific bulletin of NLTU of Ukraine*, 22(11), P. 306 [in Ukrainian].
11. Sadovska, I. I., Petropavlovska, S. Ye. (2019). Osoblyvosti ta osnovni vidminnosti komunikatsiyanoi polityky na B2B- ta B2C-rynkakh [Features and main differences of communication policy in B2B and B2C markets]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya = Eastern Europe: Economy, Business and Management*, 3 (20), P. 327 [in Ukrainian].
12. Bolotina, I. M., Semenets, M. V. (2022). Rozvytok stratehiyi prosuvannya tovariv na zovnishniy rynek [Development of the strategy of promoting goods to the foreign market]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9893> [in Ukrainian].
- [com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/)
8. Social Networking Platforms' User Demographics Update 2019. URL: <https://www.marketingcharts.com/digital/social-media-108184>.
9. TikTok User Age, Gender, & Demographics (2023). URL: <https://explodingtopics.com/blog/tiktok-demographics>.
10. Сухорська У. Р. Вплив планування збуту продукції на конкурентоспроможність промислового підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. 22(11). С. 306.
11. Садовська І.І., Петропавловська С.Є. Особливості та основні відмінності комунікаційної політики на В2В- та В2С-ринках. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 3 (20). 2019. С. 327.
12. Болотіна І. М., Семенець М. В. Розвиток стратегії просування товарів на зовнішній ринок. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9893>.

УДК 330.35

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.8

Ярослав М. Карпик

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

Іраклій Н. Імнадзе

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

**ГЛОБАЛЬНИЙ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИЙ РИНОК: ДІЯЛЬНІСТЬ
ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ**

Діяльність транснаціональних корпорацій (ТНК) у сфері високих технологій значно впливає на глобальний високотехнологічний ринок. Цифровізація грає ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності ТНК та сприяє їхньому розвитку. Саме тому тематика дослідження є своєчасною та актуальною. Метою представленої роботи є визначення особливостей та закономірностей діяльності транснаціональних корпорацій під впливом процесів цифровізації. Основними методами, що були використані в роботі є такі методи: метод аналізу та синтезу для визначення основних закономірностей розвитку транснаціональних корпорацій в сучасних умовах цифровізації, методи дедуції та індукції для визначення основних напрямів розвитку глобального високотехнологічного ринку та діяльності транснаціональних корпорацій на ньому, метод порівняння для визначення основних особливостей інструментарію цифровізації, графічний метод для наочного відображення представлених результатів дослідження. Основними результатами представленої роботи можливо визначити наступні складові, що визначені ті, що мають вплив на розвиток ТНК в умовах цифровізації: використання цифрових технологій для розвитку електронної комерції та оптимізації ланцюга постачання; впровадження систем, які автоматизують та оптимізують управління бізнес-процесами; фінансування великих програм досліджень для створення нових продуктів та технологій; створення та утримання лабораторій для тестування нових ідей та розробок; використання хмарних платформ для забезпечення доступу до даних та ресурсів у режимі реального часу; застосування сучасних засобів цифрової безпеки для захисту конфіденційної інформації; створення та впровадження продуктів, які здатні взаємодіяти між собою та з користувачами через Інтернет; аналіз великих обсягів даних, що надходять від підключених пристроїв, для отримання цінної інформації; використання штучного інтелекту для автоматизації вирішення завдань та підвищення ефективності; застосування аналітики даних для отримання інсайтів та прийняття стратегічних рішень; застосування технології блокчейн для забезпечення безпеки та прозорості у фінансових операціях; використання автоматизованих смарт-контрактів для управління транзакціями та взаємодії з контрагентами. Саме тому необхідним є впровадження цифрових технологій у виробництво для автоматизації та оптимізації процесів.

Ключові слова: цифрова економіка; економічний процес; діджиталізація; цифровізація; маркетинг; ТНК; глобалізація; цифровий ринок; високотехнологічний ринок; високі технології; глобальний високотехнологічний ринок; конкурентоспроможність; високотехнологічні підприємства.

Yaroslav M. Karpyk

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

Irakliy N. Imnadze

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

**GLOBAL HIGH-TECH MARKET: ACTIVITIES OF TRANSNATIONAL
CORPORATIONS AND DIGITALIZATION**

The activities of transnational corporations (TNCs) in the field of high technologies significantly affect the global high-tech market. Digitization plays a key role in ensuring the competitiveness of TNCs and contributes to their development. That is why the topic of the research is timely and relevant. The purpose of the presented work is to determine the peculiarities and regularities of the activities of transnational corporations under the influence of digitalization processes. The main methods used in the work are the following methods: the method of analysis and synthesis to determine the main patterns of development of transnational corporations in modern conditions of digitalization, the methods of deduction and induction to determine the main directions of development of the global high-tech market and the activities of transnational corporations on it, the method of comparison for determination of the main features of the digitization toolkit, a graphic method for visual display of the presented research results. As a result of the presented work, it is possible to determine the following components that have an impact on the development of TNCs in the conditions of digitalization: the use of digital technologies for the development of e-commerce and optimization of the supply chain; implementation of systems that automate and optimize business process management; financing large research programs to create new products and technologies; creating and maintaining laboratories for testing new ideas and developments; using cloud platforms to provide access to data and resources in real time; use of modern digital security tools to protect confidential information; creation and implementation of products that are able to interact with each other and with users via the Internet; analysis of large volumes of data coming from connected devices to obtain valuable information; use of artificial intelligence to automate task solving and increase efficiency; application of data analytics to obtain insights and make strategic decisions; application of blockchain technology to ensure security and transparency in financial transactions; using automated smart contracts to manage transactions and interact with counterparties. That is why it is necessary to introduce digital technologies in production to automate and optimize processes.

Keywords: digital economy; economic process; digitalization; digitalization; marketing; TNC; globalization; digital market; high-tech market; high technologies; global high-tech market; competitiveness; high-tech enterprises.

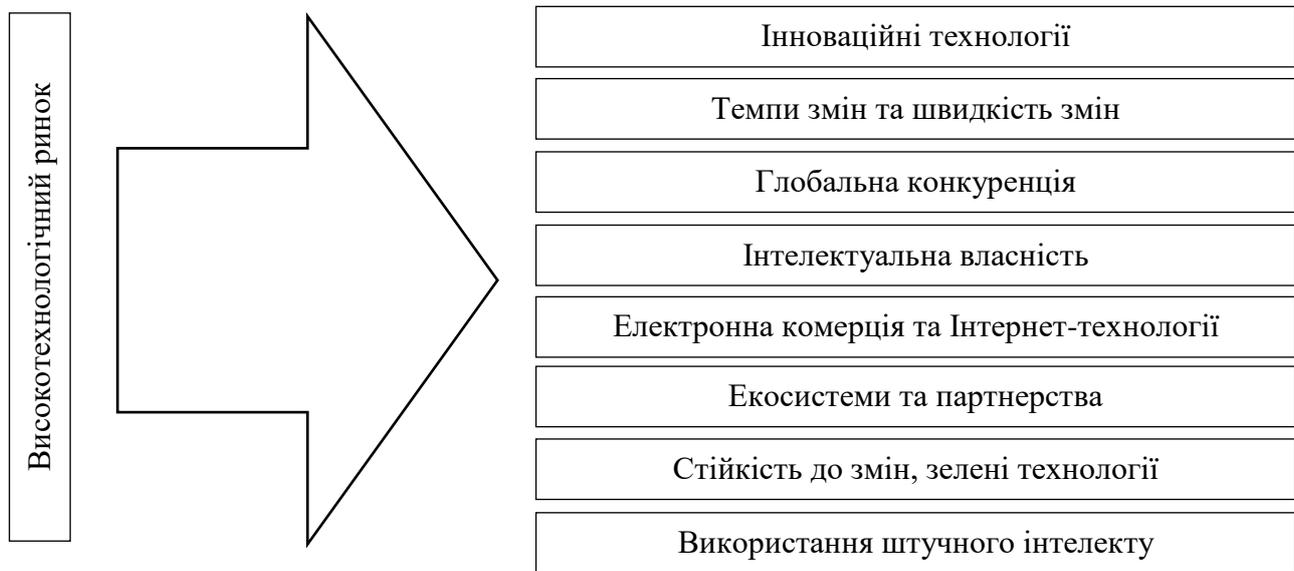
Постановка проблеми. В економічних процесах сьогодення відбуваються постійні зміни та трансформації. Це передусім пов'язано з становленням глобалізації та посиленням інтеграційних процесів, також особливий вплив має посилення процесу цифровізації. Цифровізація сьогодні торкається всіх сфер суспільного життя, трансформує підприємницькі процеси та продує становлення інформаційного суспільства та цифрової економіки в цілому. За таких умов особливої актуальності набуває розвиток високотехнологічної сфери, становлення високотехнологічного ринку, як основних складових та базису для подальшої цифровізації і становлення цифрової економіки та інформаційного суспільства.

Високотехнологічний ринок є сегментом економіки, де виробництво та реалізація продукції пов'язані з використанням високотехнологічних інновацій та передових наукових розробок. Цей ринок включає в себе широкий спектр продуктів та послуг, які в основному базуються на високих технологіях, таких як інформаційні технології, біотехнології, нанотехнології, аерокосмічні технології, енергетика майбутнього та інші.

Основні характеристики та аспекти високотехнологічного ринку включають наступні елементи, що представлено на рис. 1.

Таким чином, надамо докладну характеристику представлених елементів:

- високотехнологічний ринок визначається впровадженням передових інновацій та новаторських технологій. Компанії, що діють на цьому ринку, активно інвестують у дослідження та розробки;



Джерело: складено авторами на основі джерел [1, 3, 5, 6, 8, 12].

Рис. 1. Елементи високотехнологічного ринку

- високотехнологічний сектор характеризується швидкими темпами технологічних змін. Нові версії продуктів та сервісів можуть випускатися в короткі терміни, і конкуренція в цьому секторі заважає стояти на місці;
- багато компаній високотехнологічного сектору є глобальними гравцями, конкуруючи на міжнародному рівні. Конкуренція викликає різноманіття технологічних рішень і сприяє появі новаторських продуктів;
- компанії на високотехнологічному ринку активно захищають свої технологічні розробки через патенти та інші форми інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність відіграє ключову роль у стратегічному успіху;
- багато продажів у високотехнологічному секторі здійснюються через електронну комерцію, а інтернет-технології використовуються для забезпечення зв'язку, маркетингу та обслуговування клієнтів [2];
- високотехнологічні компанії створюють екосистеми та встановлюють стратегічні партнерства з іншими організаціями для спільного розвитку та розширення впливу на ринку;
- споживачі високотехнологічних продуктів швидко адаптуються до нововведень, і тому важливо для компаній постійно вдосконалювати свої пропозиції, щоб задовольняти змінні потреби ринку;
- високотехнологічний ринок є привабливим для інвесторів через його потенціал для інновацій, високого рівня прибутковості та можливостей для росту. Інвестори активно вкладають кошти в стартапи та ініціативи, спрямовані на розробку передових технологій;
- в сучасному високотехнологічному секторі велику увагу приділяють розвитку штучного інтелекту (ШІ). Це охоплює різноманітні застосування, від автоматизації виробництва до інтелектуальних асистентів та аналізу даних [4];
- високотехнологічні компанії все більше звертають увагу на зелені технології та сталість. Розробка продуктів та рішень, спрямованих на зменшення впливу на навколишнє середовище, стає не лише стратегічною перевагою, а й етичним стандартом;
- впровадження цифрових технологій у виробництво, обслуговування та взаємодію з клієнтами є ключовим елементом стратегій високотехнологічних компаній. Цифрова трансформація дозволяє покращити ефективність та конкурентоспроможність;

- розуміння демографічних та соціокультурних трендів важливо для успішної адаптації продуктів та послуг високотехнологічного сектору до змін в споживацьких уподобаннях та потребах [7];

- здатність адаптуватися до кризових ситуацій є важливими аспектами для високотехнологічних компаній. Кризи можуть включати технологічні виклики, катастрофи, економічні труднощі та інші несподівані обставини.

Високотехнологічний ринок є ключовим динамічним сегментом світової економіки, що визначає її технологічний прогрес та впливає на багато галузей виробництва та обслуговування. Усі ці аспекти формують динамічний характер високотехнологічного ринку, визначаючи його темпи розвитку та вплив на різні галузі економіки. Компанії, які успішно адаптуються до цих викликів і використовують можливості, можуть забезпечити собі стійку позицію в цьому динамічному середовищі.

Аналіз сучасної літератури. Високотехнологічний ринок включає в себе сектори, де інновації, наука та висока технологія відіграють ключову роль у розробці та виробництві продуктів та послуг. Цей ринок включає в себе різні галузі, такі як інформаційні технології, біотехнології, фармацевтика, електроніка, авіаційна та космічна промисловість, енергетика та інші. Дослідження високотехнологічного ринку важливо для розуміння тенденцій, визначення можливостей та прогнозування майбутнього розвитку. Дослідження в цій області зазвичай проводять різні сторонні дослідницькі установи, аналітичні агентства та консалтингові компанії. Дослідження проводяться як самими компаніями, щоб визначити свою стратегію розвитку, так і незалежними агентствами для надання об'єктивного аналізу стану ринку. Це допомагає учасникам ринку приймати обґрунтовані рішення, а також створює сприятливі умови для розвитку інновацій та впровадження нових технологій.

Проблематика процесів цифровізації, розвитку високотехнологічних ринків представлена в роботах таких провідних вчених та економістів: А. Джалілов, С. Ілляшенко, В. Кочетков, А. Крисоватого, О. Птащенко, Н. Резнікова, О. Собко, О. Сохацька, І. Шевченко та інші. Представлене питання є таким, що має динамічний розвиток та потребує постійних та ретельних досліджень.

Метою представленої роботи є визначення особливостей та характеристик глобального високотехнологічного ринку, прогнозування розвитку транснаціональних корпорацій в умовах прискорення процесів цифровізації.

Результати дослідження. Глобальний високотехнологічний ринок є динамічним та розмаїтим сектором економіки, який включає в себе різноманітні галузі, що виробляють та розробляють продукти та послуги на основі високих технологій. Зауважимо, що глобальний високотехнологічний ринок охоплює саме ті сектори, де інновації та високі технології визначають темпи розвитку. Цей ринок включає в себе широкий спектр продуктів та послуг, що базуються на передових технологіях, таких як інформаційні технології, біотехнології, авіаційні технології, енергетика, електроніка та інші.

Нижче подано ключові аспекти та характеристики глобального високотехнологічного ринку:

- країни та компанії, що є технологічними лідерами, активно інвестують у дослідження та розвиток нових технологій, також екосистема стартапів грає ключову роль у впровадженні новаторських ідей та технологічних рішень [9];
- зростання підключених пристроїв та розвиток мережі IoT;
- використання штучного інтелекту для аналізу даних, автоматизації процесів та розробки інтелектуальних рішень [10, 11];
- інтеграція автономних автомобілів та транспортних систем в містах;
- зростання попиту на електричні автомобілі та інфраструктуру для їх заряджання;

- використання CRISPR та інших технологій для редагування геному;
- розвиток технологій для індивідуального підходу до лікування на основі генетичних характеристик;
- розвиток сонячних, вітряних та гідроенергетичних технологій;
- впровадження технологій для зменшення споживання енергії та викидів;
- розробка і вдосконалення заходів кіберзахисту для захисту від кібератак та злому даних;
- використання блокчейну для забезпечення безпеки та прозорості в електронних транзакціях;
- зростання приватних компаній, що займаються космічними дослідженнями та виведенням об'єктів на орбіту;
- розвиток технологій для комерційного космічного туризму;
- розвиток квантових обчислювальних систем для вирішення складних завдань;
- використання нанотехнологій для створення нових матеріалів з унікальними властивостями;
- впровадження технології 5G для забезпечення високошвидкісного та майже миттєвого Інтернет-з'єднання;
- забезпечення надійної та швидкої передачі даних для підключених пристроїв;
- використання технологій для автоматизації домашнього та бізнес-середовища.
- використання технологій для створення іммерсивних взаємодій та віртуальних середовищ;
- розробка етичних стандартів у сфері кібербезпеки та використання технологій.

Глобальний високотехнологічний ринок продовжує динамічно розвиватися, вносячи значний вклад у сучасну індустрію та суспільство. Зміни в цьому секторі можуть впливати на різні галузі, включаючи економіку, науку, медицину та інші, сприяючи створенню нових можливостей і викликів. Глобальний високотехнологічний ринок є конкурентним та динамічним, а взаємодія між різними сегментами створює нові можливості та виклики. Зміни в економіці, технологічній інновації та споживацьких тенденціях мають великий вплив на розвиток цього ринку.

ТНК (Транснаціональні Корпорації) в межах розвитку цифрової економіки взаємодіють з численними технологічними та економічними факторами. Цифрова трансформація впливає на різноманітні аспекти діяльності ТНК та змінює їх стратегії. Зауважимо деякі ключові аспекти в контексті цифрової економіки:

ТНК активно впроваджують цифрові платформи та створюють екосистеми для взаємодії з клієнтами, партнерами та іншими стейкхолдерами. Це дозволяє покращити обслуговування клієнтів, оптимізувати ланцюжки постачань та підвищувати ефективність операцій;

- використання аналітики даних та штучного інтелекту допомагає ТНК виробляти більше інформовані стратегічні рішення, прогнозувати ринкові тенденції, персоналізувати продукти та послуги, а також оптимізувати внутрішні процеси;
- ТНК активно використовують цифрові маркетингові стратегії для залучення клієнтів та реалізації продуктів через електронні торговельні платформи. Це включає в себе соціальні мережі, контент-маркетинг, рекламу в Інтернеті та інші інструменти;
- впровадження IoT дозволяє ТНК збирати та аналізувати дані в реальному часі, що поліпшує управління виробництвом, логістикою та обслуговуванням;
- ТНК вивчають можливості використання технологій блокчейн та криптовалют для покращення прозорості бізнес-процесів, забезпечення безпеки транзакцій та розвитку нових моделей бізнесу;

- використання цифрових технологій для оптимізації бухгалтерського обліку, фінансового управління та аналізу допомагає підприємствам ТНК ефективно керувати своїми фінансовими ресурсами та планувати стратегії розвитку;

- впровадження цифрових інструментів для управління персоналом, навчання та розвитку співробітників сприяє підвищенню продуктивності та залученню талановитих спеціалістів, а також використання роботів та автоматизації у виробництві, а також впровадження штучного інтелекту для оптимізації виробничих процесів.

Щоб висвітлити діяльність транснаціональних корпорацій (ТНК) та їх взаємодію з цифровою трансформацією на глобальному високотехнологічному ринку, розглянемо деякі ключові аспекти: ТНК активно розвивають електронну комерцію, надаючи онлайн-послуги та продаючи продукцію через електронні канали; використання цифрових маркетингових стратегій для реклами, взаємодії з аудиторією та створення сильного цифрового бренду; інвестиції в цифрові інновації та дослідження нових технологій, які можуть забезпечити конкурентні переваги; розробка та впровадження нових продуктів і сервісів на основі передових технологій; адаптація бізнес-моделей до цифрового середовища для забезпечення більшої ефективності та відповідності ринковим вимогам; впровадження цифрових стратегій для оптимізації внутрішніх процесів; використання аналітики даних для прийняття стратегічних рішень та прогнозування ринкових тенденцій; застосування штучного інтелекту для автоматизації процесів, вдосконалення обробки даних та створення інновацій; розвиток цифрової інфраструктури для забезпечення надійності та доступності послуг у режимі реального часу; вдосконалення заходів кібербезпеки для захисту від кібератак та конфіденційної інформації; впровадження цифрових технологій у виробництво для підвищення ефективності, автоматизації та оптимізації виробничих процесів; цифрові інструменти для оптимізації глобальних ланцюгів постачання та управління ними; використання технологій блокчейну для підвищення прозорості та відстеження постачання.

Також в цих процесах важливу роль грає використання глобальних комунікаційних мереж та технологій для віддаленої роботи сприяє глобальній координації та забезпечує ефективність роботи команд, що розташовані в різних країнах. Загальною метою для ТНК в умовах цифрової економіки є забезпечення конкурентоспроможності, гнучкості та інноваційності. Такі компанії активно впроваджують цифрові технології для оптимізації своєї діяльності та реагують на швидко змінні умови ринку.

Висновки. Таким чином, цифрові технології не лише змінюють спосіб, яким працюють ТНК, але й визначають їхню конкурентоспроможність у глобальному високотехнологічному ринку. Здатність адаптуватися та інтегрувати цифрові рішення стає ключовим елементом успіху в сучасному бізнес-середовищі.

Загальною тенденцією є те, що цифрові технології стають необхідною складовою конкурентоспроможності для ТНК у всіх галузях. Це вимагає постійного вдосконалення та гнучкості в адаптації до нових цифрових реалій для забезпечення стійкості та розвитку.

Основні аспекти цифровізації можливо звести до наступних:

- ТНК активно впроваджують цифрові платформи та створюють екосистеми для взаємодії з клієнтами, партнерами та іншими стейкхолдерами. Це дозволяє покращити обслуговування клієнтів, оптимізувати ланцюжки постачання та підвищувати ефективність операцій;

- використання аналітики даних та штучного інтелекту допомагає ТНК виробляти більше інформовані стратегічні рішення, прогнозувати ринкові тенденції, персоналізувати продукти та послуги, а також оптимізувати внутрішні процеси;

- ТНК активно використовують цифрові маркетингові стратегії для залучення клієнтів та реалізації продуктів через електронні торговельні платформи. Це включає в себе соціальні мережі, контент-маркетинг, рекламу в Інтернеті та інші інструменти.

References

Література

1. Biggest transnational companies. URL: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2012/07/focus-1>.
2. Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: United Nations, 2015. 35 p. URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E.
3. Dzhililov, A. Ya. (2015). Instytutsiina systema frahmentarnoho mizhnarodnogo vyrobnytstva transnatsionalnykh firm [Institutional system of fragmented international production of transnational firms]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 10, P. 36–40 [in Ukrainian].
4. Yevtushenko, H. I., Kutsenko, V. I., Ptashchenko, O. V. (2015). Teoretyko-metodolohichni aspekty stratehichnogo upravlinnia yakistiu osvity (problemy, poshuky, rozv'iazannia) [Theoretical and methodological aspects of strategic management of the quality of education (problems, searches, solutions)]. *Biznes-inform = Business information*, № 10, P. 102–106 [in Ukrainian].
5. Kochetkov, V. M. (2013). Rozvytok ukrainskykh TNK yak faktor rostu ekonomiky krainy [The development of Ukrainian TNCs as a factor in the growth of the country's economy]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, № 5, P. 55–60. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2001> [in Ukrainian].
6. Molchanova, E. Vzaiemodiia transnatsionalnykh korporatsii z natsionalnymy ekonomikamy na prykladi Ukrainy [Interaction of transnational corporations with national economies on the example of Ukraine]. URL: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/09718.pdf> [in Ukrainian].
7. Penska, I. (2015). Osoblyvosti vplyvu TNK na ekonomichniy rozvytok Ukrainy [Peculiarities of the influence of TNCs on the economic development of Ukraine]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. Serii: Ekonomichni nauky = Foreign trade: economy, finance, law. Series: Economic Sciences*, № 3 (80), P. 114–124 [in Ukrainian].
1. Biggest transnational companies. URL: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2012/07/focus-1>.
2. Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: United Nations, 2015. 35 p. URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E.
3. Джалілов А. Я. Інституційна система фрагментарного міжнародного виробництва транснаціональних фірм. *Бізнес Інформ*. 2015. № 10. С. 36–40.
4. Євтушенко Г. І., Куценко В. І., Птащенко О. В. Теоретико-методологічні аспекти стратегічного управління якістю освіти (проблеми, пошуки, розв'язання). *Бізнес-інформ*. 2015. № 10. С. 102–106.
5. Кочетков В. М. Розвиток українських ТНК як фактор росту економіки країни. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. С. 55–60. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2001>.
6. Молчанова Е. Взаємодія транснаціональних корпорацій з національними економіками на прикладі України. URL: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/09718.pdf>.
7. Пенська І. Особливості впливу ТНК на економічний розвиток України. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки*. 2015. № 3 (80). С. 114–124.

8. Ptashchenko, O. V. (2018). Transformation of the global economic space in the present. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after V. Dalia*, Vol. 4 (245), P. 14–18.
9. Reznikova, N. V., Chuhaiev, O. A., Ptashchenko, O. V., Ivashchenko, O. A. (2023). Vplyv osoblyvostei rozvytku pokolinnia Y na stanovlennia suchasnoho mizhnarodnoho rynku pratsi [Y on the formation of the modern international labor market]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 1, P. 89–94. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-86-94>. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-1_0-pages-86_94.pdf [in Ukrainian].
10. Soroka, I. B. (2009). Transnatsionalni korporatsii ta yikh rol u protsesi aktyvizatsii mizhnarodnoi intehratsii [Transnational corporations and their role in the process of intensifying international integration]. *Aktualni problemy ekonomiky = Actual problems of economics*, № 9, P. 35–41 [in Ukrainian].
11. Shevchenko, I. O. (2022). Stratehiia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v umovakh hlobalizatsii [Strategy for the development of the digital economy in the conditions of globalization]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of Strategic Economic Research*, No. 6 (11), P. 35–42 [in Ukrainian].
12. Shevchenko, I. O. (2022). Formuvannia metodolohichnoho pidkhodu do vyznachennia rozvytku tsyfrovoy torhivli na hlobalnykh rynkakh [Formation of a methodological approach to determining the development of digital trade in global markets]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka = Digital economy and economic security*, Vol. 3 (03). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/111> [in Ukrainian].
8. Ptashchenko O. V. Transformation of the global economic space in the present. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2018. Вип. 4 (245). С. 14–18.
9. Резнікова Н. В., Чугаєв О. А., Птащенко О. В., Іващенко О. А. Вплив особливостей розвитку покоління Y на становлення сучасного міжнародного ринку праці. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 89–94. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-86-94>. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-1_0-pages-86_94.pdf.
10. Сорока І. Б. Транснаціональні корпорації та їх роль у процесі активізації міжнародної інтеграції. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 9. С. 35–41.
11. Шевченко І. О. Стратегія розвитку цифрової економіки в умовах глобалізації. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022. № 6 (11). С. 35–42.
12. Шевченко І. О. Формування методологічного підходу до визначення розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 3 (03). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/111>.

УДК 331.1:330

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.9

Ігор А. Крисоватий

Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ УРБАНІСТИКИ:

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ

На розвиток урбаністики в сучасному світі значно впливає цифровізація та трансформаційні зміни. Основними складовими сучасної урбаністики є: розвиток смарт-технологій для оптимізації управління міськими ресурсами, такими як енергія, вода, транспорт та інші; впровадження цифрових систем моніторингу для забезпечення ефективної роботи міської інфраструктури та підвищення якості послуг; застосування сенсорів та IoT для збору та обробки даних з міського середовища; розвиток «розумних» систем, таких як розумні будинки, розумні парковки, розумний транспорт та інші. Таким чином, метою представленої роботи є визначення особливостей розвитку урбаністики під впливом трансформаційних змін та цифровізації. Основними методами представленого дослідження є: метод порівняння для визначення сучасних тенденцій урбаністики, методи індукції та дедукції для встановлення основних складових урбаністики, що сформуливались під впливом цифровізації та трансформаційних змін, методи аналізу та синтезу для встановлення послідовності реалізації комплексних дій щодо забезпечення розвитку урбаністики, графічний метод для наочного представлення окремих результатів дослідження. Таким чином, урбаністика важлива для створення міських середовищ, які є ефективними, сталими, приємними для проживання та відповідають потребам різних соціальних груп. Сучасні виклики, такі як міська інтенсифікація, зміни клімату та цифрова трансформація, роблять урбаністику ще більш актуальною і складною галуззю. Основними характеристиками особливостями урбаністики є: використання великих обсягів даних для прогнозування та оптимізації різних аспектів міського життя; аналіз даних для прийняття рішень у сферах транспорту, енергетики, соціального обслуговування та інших; залучення громадськості через цифрові засоби для прийняття рішень та планування розвитку міста; використання онлайн-платформ для обговорення ідей, збору відгуків та взаємодії між мешканцями та владою; розробка мобільних додатків для полегшення міського життя, включаючи мобільний громадський транспорт, навігацію, мобільні сервіси здоров'я та інші; забезпечення доступу до інформації та сервісів через сучасні мобільні технології; впровадження електронних сервісів для взаємодії між мешканцями та владою; цифрові рішення для оптимізації процесів управління та забезпечення прозорості владних структур; використання цифрових технологій для виробництва та будівництва, таких як 3D-друкування будівель, віртуальна реальність (VR) та інші; створення енергоефективних та сталих будівель за допомогою сучасних технологій; забезпечення кібербезпеки в умовах зростаючої кількості цифрових сервісів та підключених до мережі пристроїв; розробка стратегій та технологій для захисту міських систем від кіберзагроз. Цифровізація та трансформаційні зміни в урбаністиці допомагають створити більш ефективні, зручні та сталі міські середовища, сприяючи підвищенню якості життя мешканців та оптимізації управління містами.

Ключові слова: урбаністика; цифрова економіка; економічний процес; цифровізація; глобалізація; цифровий ринок; інновації; інноваційна активність; високотехнологічний ринок; високі технології; конкурентоспроможність; високотехнологічні підприємства.

Ihor A. Krysovaty

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

**FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF URBAN PLANNING:
DIGITALIZATION AND TRANSFORMATIONAL CHANGES**

The development of urbanism in the modern world is significantly influenced by digitization and transformational changes. The main components of modern urban planning are: the development of smart technologies to optimize the management of urban resources, such as energy, water, transport and others; implementation of digital monitoring systems to ensure the efficient operation of city infrastructure and improve the quality of services; application of sensors and IoT to collect and process data from the urban environment; development of "smart" systems, such as smart houses, smart parking, smart transport and others. Thus, the purpose of the presented work is to determine the features of the development of urbanism under the influence of transformational changes and digitalization. The main methods of the presented research are: the method of comparison to determine the modern trends of urbanism, the methods of induction and deduction to establish the main components of urbanism that were formed under the influence of digitalization and transformational changes, the methods of analysis and synthesis to establish the sequence of implementation of complex actions to ensure the development of urbanism, the graphic method for a visual representation of individual research results. Thus, urbanism is important for creating urban environments that are efficient, sustainable, livable and responsive to the needs of different social groups. Modern challenges such as urban intensification, climate change and digital transformation make urbanism an even more relevant and complex field. The main characteristic features of urbanism are: the use of large volumes of data for forecasting and optimization of various aspects of urban life; data analysis for decision-making in the fields of transport, energy, social services and others; involving the public through digital means for decision-making and city development planning; using online platforms to discuss ideas, collect feedback and interact between residents and authorities; development of mobile applications to facilitate urban life, including mobile public transport, navigation, mobile health services and others; providing access to information and services through modern mobile technologies; introduction of electronic services for interaction between residents and the authorities; digital solutions to optimize management processes and ensure transparency of power structures; the use of digital technologies for production and construction, such as 3D printing of buildings, virtual reality (VR) and others; creation of energy-efficient and sustainable buildings using modern technologies; ensuring cyber security in the conditions of the growing number of digital services and devices connected to the network; development of strategies and technologies to protect city systems from cyber threats. Digitization and transformational changes in urban planning help to create more efficient, convenient and sustainable urban environments, contributing to the improvement of the quality of life of residents and optimization of city management.

Keywords: *urban planning; digital economy; economic process; digitalization; globalization; digital market; innovation; innovation activity; high-tech market; high technologies; competitiveness; high-tech enterprises.*

Постановка проблеми. Процеси розвитку глобалізації, цифровізації, інтеграційні процеси сьогодні мають вагомий вплив на розвиток сучасних міст. Міста, як і раніше є центрами економічної активності та можуть бути джерелами створення особливого клімату для залучення інвестицій та створення інновацій. Так вони забезпечують місце для підприємств, робочих місць, фінансових установ та інших елементів інфраструктури, що сприяють економічному зростанню та інноваціям. Міста стають місцем для культурного обміну та взаємодії. Вони пропонують доступ до різноманітних культур, мистецтв, освіти та

розваг, що сприяє розширенню горизонтів та взаєморозумінню. Також важливим є те, що міста можуть забезпечувати більш ефективну та розвинену інфраструктуру, таку як транспортна мережа, енергетика, водопостачання та інші послуги [3, 6, 9]. Це полегшує повсякденне життя та сприяє підвищенню якості життя, через створення умов для більшої соціальної інтеграції та різноманітності, адже вони часто є місцем, де зустрічаються різні культури, етноси та групи населення.

Міста часто стають центрами наукових досліджень, вищої освіти та інновацій. Вони залучають вчених, студентів та інноваційні підприємства, сприяючи розвитку нових технологій та високих технологій. Урбанізація може сприяти більш ефективному використанню ресурсів, так як масове зосередження людей може полегшити управління та надання послуг. Звісно, разом із позитивними аспектами, урбанізація також вносить свої виклики, такі як забруднення, транспортні проблеми, соціальна нерівність та інші. Таким чином, важливо враховувати ці аспекти та розвивати міста в спосіб, який сприяє сталому розвитку та задоволенню потреб суспільства.

Саме тому можливо стверджувати, що сучасна урбаністика – це галузь, що вивчає та впроваджує концепції, методи та стратегії для розвитку та управління міським середовищем. Основна мета урбаністики полягає в тому, щоб створити функціональні, стійкі, інклюзивні та естетично задовільні міські простори для розвитку спільностей та покращення якості життя мешканців.

Таким чином, тематика представленого дослідження є актуальною та потребує більш ретельного дослідження в розрізі врахування сучасних тенденцій цифровізації та інших трансформаційних змін.

Аналіз сучасної літератури. Сучасна урбаністика включає в себе велику кількість дослідників, які досліджують різні аспекти міського розвитку. Так найвідомішими зарубіжними дослідниками урбаністики є: Джейн Джейкобс (Jane Jacobs), Річард Флоріда (Richard Florida), Рем Кольхас (Rem Koolhaas), Саска Харві (David Harvey), Шерілл Маккензі (Sharon Zukin), Едуард Глейзер (Edward Glaeser), Жан Готтман (Jean Gottmann),

Ці дослідники та багато інших вчених активно вносять свій вклад у розуміння, вдосконалення та формування майбутнього сучасних міст. Важливо відзначити, що урбаністика – це інтердисциплінарне поле, і відомі дослідники можуть використовувати різні підходи та методології для вивчення міського розвитку.

Щодо вітчизняних дослідників процесу урбаністики, можливо зауважити, що різні аспекти становлення урбаністики знаходять своє відображення в працях вітчизняних вчених. Такими аспектами є розвиток інноваційної сфери, цифровізація, розвиток інтелектуального капіталу, використання високих технологій в різних сферах суспільного життя та інше.

Метою представленої роботи є визначення особливостей та характеристик сучасної урбаністики, можливе врахування окремих факторів зовнішнього середовища, а також процесів цифровізації та трансформаційних змін.

Результати дослідження. Сучасний розвиток цифровізації включає в себе широкий спектр технологічних та інноваційних тенденцій, які трансформують різні сфери суспільства. Саме тому трансформаційні зміни та цифровізація є сьогодні одними з ключових аспектів впливу на всі процеси суспільного життя.

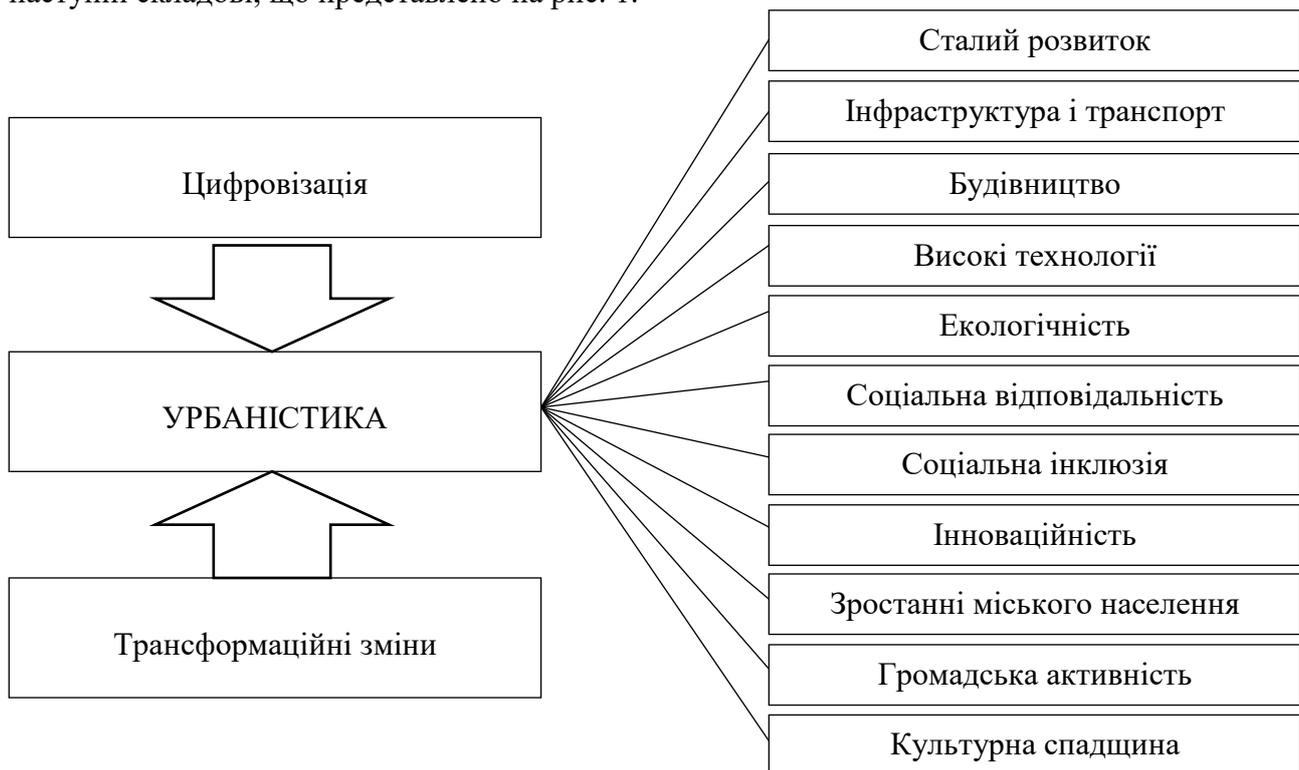
Сьогоднішня цифровізація має багато різних проявів, так підключення різних пристроїв до Інтернету дозволяє збирати та обробляти величезні обсяги даних. Це впливає на розвиток «розумних» міст, будинків, транспортних систем та інфраструктури. При цьому застосування штучного інтелекту урізноманітнюється від аналізу даних до розробки інтелектуальних систем управління, що покращують якість послуг та прийняття рішень [13–15].

Процеси цифровізації спонукають також розвиток технологій блокчейну, які дозволяють безпечно та прозоро здійснювати транзакції, що може бути використано в різних галузях, таких як фінанси, логістика, охорона здоров'я та інше, а також прискорили необхідність появи технологій нового покоління на зміну 4G приходить 5 G. Запровадження 5G технологій забезпечує більш високу швидкість Інтернету та надійне підключення, що дозволяє розвивати нові послуги та додаткові можливості для взаємодії пристроїв [7, 8, 19].

Для забезпечення процесу регулювання останні 10 років розвивається e-Government, який забезпечує доступність багатьох адміністративних посліг та розвиток різних освітніх платформ. Тому можливо зазначити, що e-Government є сьогодні комплексом дій, які мають на меті провадження технологій для полегшення взаємодії громадян з урядовими службами, онлайн-подання документів, голосування та інші цифрові сервіси.

Сучасний розвиток цифровізації суттєво впливає на різні сфери життя, дозволяючи покращувати ефективність, зручність та якість надання послуг, а також створює нові можливості для інновацій та розвитку. Цифрова трансформація триває, і її вплив та обсяг продовжують зростати.

Саме тому, можливо зазначити, що сучасна урбаністика тісно пов'язана з цифровізацією та трансформаційними змінами, їх вплив на неї є суттєвим та включає в себе наступні складові, що представлено на рис. 1.



Джерело: складено автором на основі джерел [1, 2, 4, 5, 11, 17, 18].

Рис. 1. Складові урбаністики

Таким чином, спираючись на рис. 1 зазначимо, що основними аспектами сучасної урбаністики є наступні:

- урбаністика досліджує способи створення міських середовищ, які можуть адаптуватися до змін в часі. Урбаністики спонукає до розвитку гнучких стратегій, які можуть враховувати змінні потреби та технологічний прогрес;

- урбаністика включає в себе планування та розвиток транспортної інфраструктури, включаючи системи громадського транспорту, велосипедні та пішохідні доріжки, а також розташування та розвиток інших видів інфраструктури, таких як електроенергетика, водопостачання та водовідведення;

- урбаністика визначає принципи розташування та розвитку житлових кварталів, комерційних районів та інших зон у містах. Особлива увага приділяється розробці просторів для житла, що враховують концепції сталого розвитку. Розвиток гнучких стратегій будівництва та зонування для адаптації до зростання та змін у використанні міського простору;

- сучасна урбаністика прагне створювати міські середовища, що є соціально справедливими та інклюзивними. Це включає в себе роботу над зменшенням різниць у доступі до ресурсів, послуг та можливостей між різними групами населення;

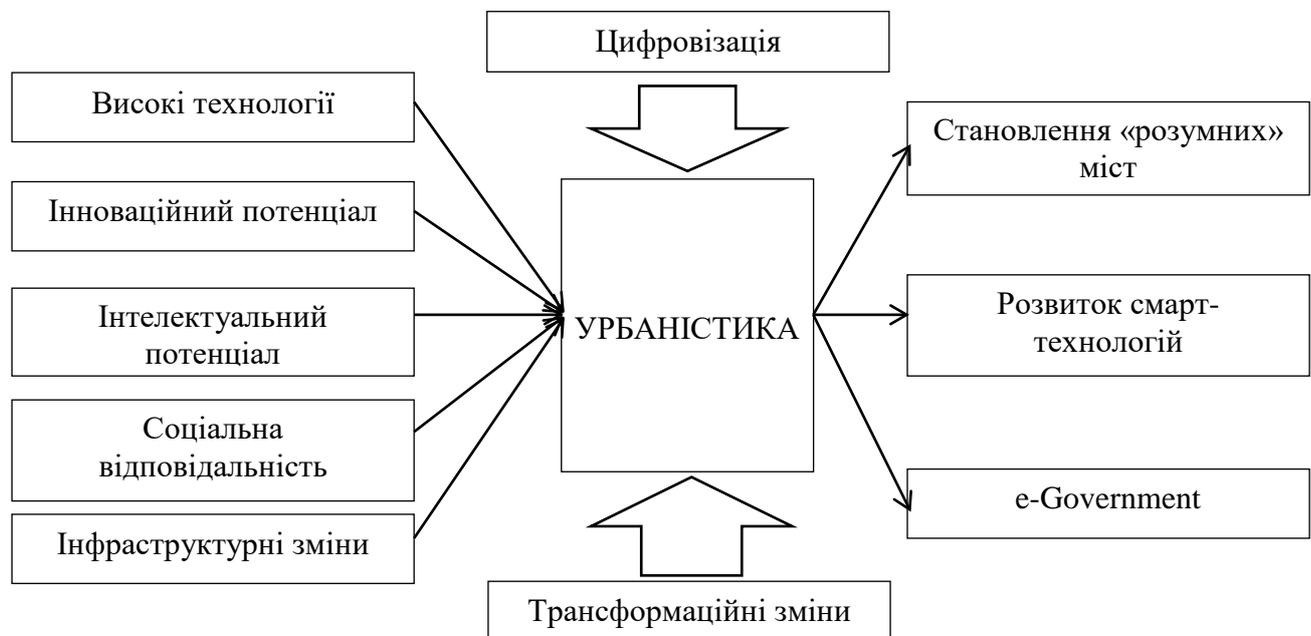
- збалансоване використання природних ресурсів та дотримання екологічних стандартів стають важливими аспектами сучасної урбаністики. Міста розробляються таким чином, щоб зменшити вплив на довкілля та прискорити перехід до сталого способу життя [10, 16];

- використання цифрових технологій, таких як «розумні» системи управління містом, велика кількість даних (big data), та інші інновації, стає все більш важливим аспектом у сучасній урбаністиці для оптимізації функціонування міст [12, 16];

- зростання кількості міського населення призводить до потреби урбаністичних стратегій, які забезпечують ефективне використання міського простору та інфраструктури.

Сучасна урбаністика намагається об'єднати ці різноманітні аспекти, щоб забезпечити стале та гармонійне розвиток міст у світлі зростаючих викликів і можливостей.

Представлене вище дає змогу схематичного відображення урбаністики і сучасних умовах цифровізації та трансформаційних змін, що представлено на рис. 2.



Джерело: розроблено автором

Рис. 2. Модель становлення урбаністики в умовах цифровізації та трансформаційних змін

Висновки. Отже, розвиток урбаністики в умовах цифровізації та трансформаційних змін представляє собою важливий напрямок, що впливає на сучасне міське середовище. Основні висновки з цього контексту включають:

- цифрові технології дозволяють збирати та аналізувати величезні обсяги даних, що полегшує прийняття рішень в урбаністичному плануванні та управлінні містом. Також вони допомагають формувати громади, які активно використовують технології для вирішення спільних проблем, підвищення якості життя та створення сприятливого соціокультурного середовища;

- впровадження IoT, штучного інтелекту та інших технологій дозволяє створювати міста, які ефективно використовують ресурси, забезпечують безпеку та зручність для мешканців;

- цифровізація сприяє впровадженню нових технологій в інфраструктуру, такі як «розумний» транспорт, енергетичні системи та мережі зв'язку. Впровадження цифрових технологій у житлові приміщення та міські райони для оптимізації комфорту, енергоефективності та безпеки;

- цифрові технології дозволяють реалізувати концепцію «e-Government», полегшуючи взаємодію між владою та громадянами, що сприяє більшій прозорості та ефективності;

- цифрова трансформація дозволяє розвивати інноваційні рішення для вирішення сучасних викликів, таких як забруднення, транспортні проблеми, енергоефективність та інші аспекти сталого розвитку.

В цілому, цифровізація в урбаністиці відкриває нові можливості для трансформації міського середовища, покращення якості життя та розвитку сталого міського розвитку. Однак важливо враховувати етичні та безпекові аспекти цього процесу для забезпечення сталого та гармонійного розвитку міст.

References

Література

1. Branscomb, L., Kodama, F., Florida, R. (1999). *Industrializing Knowledge: University-Industry Linkages in Japan and the United States*. MIT Press.
2. Desyatnyuk, O., Muravskiy, V., Shevchuk, O., Oleksiiv, M. (2022). Dual use of Internet of Things technology in accounting automation and cybersecurity. *12 th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT*, P. 360–363, DOI: 10.1109/ACIT54803.2022.9913080, URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85141153727&origin=resultslist&sort=plf-f>.
3. Doran, J., McCarthy, N., O'Connor, M. (2018). The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1442093, <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>.

1. Branscomb L., Kodama F., Florida R. (1999). *Industrializing Knowledge: University-Industry Linkages in Japan and the United States*. MIT Press, 1999.
2. Desyatnyuk O., Muravskiy V., Shevchuk O., Oleksiiv M. Dual use of Internet of Things technology in accounting automation and cybersecurity. *12 th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT*. 2022. P. 360–363. DOI: 10.1109/ACIT54803.2022.9913080. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85141153727&origin=resultslist&sort=plf-f>.
3. Doran J., McCarthy N., O'Connor M. The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics & Finance*. 2018. 6(1). 1442093. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>.

4. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Basic Books.
4. Florida R. *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Basic Books, 2002.
5. Harvey, D. (2012). *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. London, New York: Verso.
5. Harvey D. *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. London, New York: Verso, 2012.
6. Krysovatyu, A., Ptashchenko, O. (2023). The mechanism of entrepreneurial innovation system in institutions of higher education. *Economics of Development*, No. 22(2), P. 51–60, <https://doi.org/10.57111/econ/2.2023.51>, URL: <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-2-2023/mekhanizm-pidpriyemnitskoyi-innovatsiynoyi-sistemi-u-zakladakh-vishchoyi-osviti>.
6. Krysovatyu A., Ptashchenko O. The mechanism of entrepreneurial innovation system in institutions of higher education. *Economics of Development*. 2023. No. 22(2). P. 51–60. <https://doi.org/10.57111/econ/2.2023.51>. URL: <https://ecdev.com.ua/uk/journals/t-22-2-2023/mekhanizm-pidpriyemnitskoyi-innovatsiynoyi-sistemi-u-zakladakh-vishchoyi-osviti>.
7. Rubmann, M. (2015). *Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries*. The Boston Consulting Group. Inc. URL: https://www.bcg.com/publications/2015/engineered_products_project_business_indust474ry_4_future_productivity_growth_manufacturing_industries.aspx.
7. Rubmann M. *Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries*. The Boston Consulting Group. Inc. 2015. URL: https://www.bcg.com/publications/2015/engineered_products_project_business_indust474ry_4_future_productivity_growth_manufacturing_industries.aspx.
8. *Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations, 2015. 35 p. URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E.
8. *Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations, 2015. 35 p. URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E.
9. Dzhaliilov, A. Ya. (2015). Instytutsiina systema frahmentarnoho mizhnarodnoho vyrobnytstva transnatsionalnykh firm [Institutional system of fragmented international production of transnational firms]. *Biznes Inform = Business Inform*, № 10, P. 36–40 [in Ukrainian].
9. Джалилов А. Я. Інституційна система фрагментарного міжнародного виробництва транснаціональних фірм. *Бізнес Інформ*. 2015. №10. С. 36–40.
10. Kochetkov, V. M. (2013). Rozvytok ukrainskykh TNK yak faktor rostu ekonomiky krainy [The development of Ukrainian TNCs as a factor in the growth of the country's economy]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2001> [in Ukrainian].
10. Кочетков В. М. Розвиток українських ТНК як фактор росту економіки країни. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2001>.
11. Krysovatyi, A. I., Sokhatska, O. M., Skavronska, I. V. et al. (2018). *Chetverta promyslova revoliutsiia: zmina napriamiv mizhnarodnykh investytsiinykh potokiv: monohrafiia* [The Fourth Industrial Revolution: Changing the Direction of International Investment Flows: monograph]. Ed. A. I. Krysovatyi
11. Крисоватий А. І., Сохацька О. М., Скавронська І. В. та ін. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: монографія. За наук. ред. А. І. Крисоватого та О. М. Сохацької.

- and O. M. Sokhatska. Ternopil: Osadtsa Yu. V. 480 p. [in Ukrainian].
12. Ptashchenko, O. V. (2018). Transformation of the global economic space in the present. *Visnyk Shkhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after V. Dalia*, Vol. 4 (245), P. 14–18.
13. Sobko, O., Krysovaty, I. A. (2021). Vdoskonalennia upravlinnia innovatsiinymy proektamy ta pozhvavlennia innovatsiinoyi aktyvnosti pidpriemstv Ukrainy [Improving the management of innovative projects and revitalizing the innovative activity of Ukrainian enterprises]. *Visnyk ekonomiky = Bulletin of the economy*, № 3, P. 97–112. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1268> [in Ukrainian].
14. Sobko, O. M. (2016). Kreatsiia vartosti intelektualnoho kapitalu pidpriemstva yak sfera formuvannia konkurentnykh perevah [reaction of the value of the enterprise's intellectual capital as a sphere of formation of competitive advantages]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky = Ukrainian Journal of Applied Economics*, Vol. 1, № 4, P. 120–128 [in Ukrainian].
15. Sobko, O. M., Krysovaty, I. A. (2021). Otsiniuvannia vplyvu intelektualnoho potentsialu na rozvytok innovatsiinoho pidpriemnytstva v Ukraini [Assessment of the impact of intellectual potential on the development of innovative entrepreneurship in Ukraine]. *Ekonomichniy analiz = Economic analysis*, Vol. 31, № 2, P. 62–69. URL: <file:///D:/Users/feu/Downloads/1938-6565657748-1-PB.PDF> [in Ukrainian].
16. Soroka, I. B. (2009). Transnatsionalni korporatsii ta yikh rol u protsesi aktyvizatsii mizhnarodnoi intehratsii [Transnational corporations and their role in the process of intensifying international integration]. *Aktualni problemy ekonomiky = Actual problems of economics*, № 9, P. 35–41 [in Ukrainian].
17. Floryda, R. (2018). Homo creativus. Yak novyi klas zavoiovuie svit [Homo creativus. How a new class conquers the world]. Kyiv: Nash format. 380 p. [in Ukrainian].
18. Floryda, R. (2019). Kryza urbanizmu. Chomu mista robliat nas neshchasnymy [Crisis of urbanism. Why cities make us unhappy]. Translation from English Iryna Bondarenko. Kyiv: Nash format. 320 p.
- Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. 480 с.
12. Птащенко О. В. Transformation of the global economic space in the present. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2018. Вип. 4 (245). С. 14–18.
13. Собко О., Крисоватий І. А. Вдосконалення управління інноваційними проектами та поживлення інноваційної активності підприємств України. *Вісник економіки*. 2021. № 3. С. 97–112. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1268>.
14. Собко О. М. Креация стоимости интеллектуального капитала предприятия как сфера формирования конкурентных преимуществ. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Том 1. № 4. С. 120–128.
15. Собко О. М., Крисоватий І. А. Оцінювання впливу інтелектуального потенціалу на розвиток інноваційного підприємництва в Україні. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 2. С. 62–69. URL: <file:///D:/Users/feu/Downloads/1938-6565657748-1-PB.PDF>.
16. Сорока І. Б. Транснаціональні корпорації та їх роль у процесі активізації міжнародної інтеграції. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 9. С. 35–41.
17. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ: Наш формат, 2018. 380 с.
18. Флорида Р. Криза урбанізму. Чому міста роблять нас нещасними. Пер. з англ. Ірина Бондаренко. Київ: Наш формат, 2019. 320 с.

[in Ukrainian].

19. Shevchenko, I. O. (2022). Stratehiia rozvytku tsyfrovoi ekonomiky v umovakh hlobalizatsii [Strategy for the development of the digital economy in the conditions of globalization]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of strategic economic research*, No. 6 (11), P. 35–42 [in Ukrainian].

19. Шевченко І. О. Стратегія розвитку цифрової економіки в умовах глобалізації. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022. No. 6 (11). С. 35–42.

УДК 338.48

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.10

Oleksandra V. Olshanska, Polina V. Puzyrova, Oleg O. Shevchenko
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE IN THE POST-WAR PERIOD:
KEY DIRECTIONS OF RECOVERY AND FACTORS OF INFLUENCE
IN THE EUROPEAN VECTOR OF DEVELOPMENT**

Through the process of researching and composing this article, it has been determined that the tourism industry of Ukraine before the start of the full-scale war was one of the competitive industries of the national economy, which brought the lion's share to the country's budget in the form of taxes and fees. Just as the tourism industry of Ukraine began to recover after the COVID-19-pandemic, it again suffered, without exaggeration, a big "blow" in the form of cutting off part of the territories and making it impossible for tourists to travel safely both within the country and beyond. It has been proven that the tourism industry in Ukraine has great potential for recovery, the country has a rich cultural heritage, natural beauty and historical sights that can attract the attention of not only domestic tourists but also enchant foreign visitors. It was determined that the Ukrainian tourism industry has great potential for recovery in the European context, as Ukraine is rich in cultural and natural treasures that can attract European tourists. It has been established that the restoration and development of infrastructure, improvement of service and marketing campaigns, ensuring safety and comfort for tourists form the foundations and deep interest in the Ukrainian tourism sphere. Flexible tourism approaches, such as environmentally friendly tourism and cultural exchange, can become key elements in the successful recovery of tourism in Ukraine in the European context. It has been determined that various measures can be considered to stimulate tourism, such as actions to promote tourist routes, partnerships with tour operators, infrastructure development, introduction of convenient services for tourists, and others. Several influencing factors regarding the revival of Ukrainian tourism through the prism of the European vector of development are proposed: political and economic stability; safety of tourists; reconstruction of infrastructure; active marketing and advertising; cultural heritage and natural resources; tourist policy and visa conditions; digital technologies in the field of tourism; economic condition of the country; tourist service. Among the general trends and possible directions for the restoration of the tourism industry in Ukraine in the post-war period, we identified the following: development of domestic tourism; cooperation with European partners; emphasis on the promotion of little-known tourist destinations; training of specialists in the field of tourism; accessibility of tourist trips to all travelers regardless of age, ability or interests.

Keywords: *tourism industry; tourism sphere; Ukrainian tourism; European development; safety and comfort of tourists; directions of tourism recovery; factors influencing tourism; infrastructure development; tourism promotion; tourist routes; digital technologies; economic state of the country.*

Олександра В. Ольшанська, Поліна В. Пузирьова, Олег О. Шевченко
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД:
КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ
В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ВЕКТОРІ РОЗВИТКУ**

У процесі дослідження та написання цієї статті було встановлено, що туристична галузь України до початку повномасштабної війни була однією з конкурентоспроможних галузей народного господарства, що приносила левову частку до бюджету країни у вигляді податків та зборів. Тільки но туристична галузь України почала відновлюватись після

пандемії COVID-19, як знов зазнала, без перебільшення, великого «удару» у вигляді відсікання частини територій та унеможливлення безпечних подорожей туристами як по території країни, так і за її межами. Доведено, що туристична індустрія в Україні має великий потенціал до свого відновлення, країна має багатий культурний спадок, природні краси та історичні пам'ятки, які можуть привернути увагу не лише внутрішніх туристів але й зачарувати закордонних відвідувачів. Визначено, що українська галузь туризму має великий потенціал для відновлення і в європейському контексті, оскільки Україна багата культурними та природними скарбами, які можуть привабити європейських туристів. Встановлено, що відновлення та розвиток інфраструктури, покращення сервісу та маркетингові кампанії, забезпечення безпеки та комфорту для туристів формують не аби які підвалини та глибинний інтерес до української туристичної сфери. Гнучкі туристичні підходи, такі як екологічно чистий туризм та культурний обмін, можуть стати ключовими елементами успішного відновлення туризму в Україні в європейському контексті. Визначено, що для стимулювання туризму можна розглядати різні заходи, такі як акції з просування туристичних маршрутів, партнерства з туроператорами, розвиток інфраструктури, впровадження зручних сервісів для туристів та інше. Запропоновано декілька чинників впливу щодо відродження українського туризму крізь призму європейського вектору розвитку: політична та економічна стабільність; безпека туристів; відбудова інфраструктури; активний маркетинг та реклама; культурна спадщина та природні ресурси; туристична політика та візові умови; цифрові технології у сфері туризму; економічний стан країни; туристичний сервіс. Серед загальних тенденцій та можливих напрямів відновлення туристичної галузі в Україні у повоєнний період нами було визначено наступні: розвиток внутрішнього туризму; співпраця з європейськими партнерами; акцент на просуванні маловідомих туристичних напрямів; навчання фахівців у сфері туристичної галузі; доступність туристичних подорожей всім мандрівникам незалежно від віку, здібностей або інтересів.

Ключові слова: туристична індустрія; туристична сфера; український туризм; європейський розвиток; безпека та комфорт туристів; напрями відновлення туризму; чинники впливу на туризм; розвиток інфраструктури; стимулювання туризму; туристичні маршрути; цифрові технології; економічний стан держави.

Statement of the problem. Statement of the problem. Before the start of the full-scale war, the tourism industry of Ukraine was one of the competitive industries of the national economy, bringing the lion's share to the country's budget in the form of taxes and fees. The tourism industry of Ukraine has just begun to recover after the COVID-19 pandemic, when it again suffered, without exaggeration, a big "blow" in the form of cutting off part of the territories and making it impossible for tourists to travel safely both within the country and beyond. However, the tourism industry in Ukraine has great potential for recovery, the country has a rich cultural heritage, natural beauty and historical monuments that can attract the attention of not only domestic tourists but also enchant foreign visitors.

In addition, the Ukrainian tourism industry has great potential for recovery in the European context, as Ukraine is rich in cultural and natural treasures that can attract European tourists. Restoration and development of infrastructure, improvement of service and marketing campaigns, provision of safety and comfort for tourists form many foundations and deep interest in the Ukrainian tourism sphere. Flexible tourism approaches, such as environmentally friendly tourism and cultural exchange, can become key elements in the successful recovery of tourism in Ukraine in the European context.

Analysis of recent publications on the problem. Various scientists and academics have paid a lot of attention to the tourism sphere and the main issues of its development. Special attention needs to be paid to the scientific output of scientists in this field in terms of the restoration of the entire tourist industry in wartime conditions and after the end of the war. Among the main researchers, key positions were considered by the following authors: K.O. Babikova, O.P. Berkova, O.I. Drebot, K.O. Babikova, A.V. Lisovyi, H.V. Dolha, H.V. Mashika, K.A. Horiunova, H.I. Mykhailichenko, I.V. Dvorska, V.V. Papp, L.O. Potravka, I.O. Pichura, O.H. Rodina, V.A. Khudaverdiieva, O.M. Cherneha and others.

The purpose of the article is to investigate the current state of the tourism industry of Ukraine, to analyze the main steps of Ukrainian tourism in the post-war period, to determine the key directions of the recovery of Ukrainian tourism and to establish the main factors influencing the further development of tourism in Ukraine in view of the European vector of development and cooperation.

The main results and their justification. According to many scientists and economists of our country, Ukraine has a huge potential to restore the tourism industry after the war period. This is explained by the following circumstances [1; 4; 8]:

First, the country has a rich cultural heritage, historical monuments and natural beauty that can attract tourists. In particular, we are talking about Kyiv, Lviv, Odessa and other cities that can become popular tourist destinations. In addition, from now on, Ukraine can still impress tourists with the consequences of post-war actions in some regions of the country, such as Bucha and Bakhmut;

Secondly, the development of infrastructure and convenient transport links can make traveling around the country much easier. Attracting investments in hotels, restaurants, vehicles and other areas of the economy will also contribute to the recovery of the tourism sector in the post-war period.

It is also necessary to focus attention on marketing campaigns and support of tourism business in order to attract the attention of foreign tourists. Ukraine should position itself as an attractive, safe and interesting tourist destination. In addition, the development of tourism can contribute to the social and economic recovery of the country, creating new jobs and promoting the flourishing of small businesses. It is also important to take into account environmental and cultural aspects in the development of tourism in order to preserve the unique character of the country. Thus, a balanced approach and cooperation between the authorities, business and the public can contribute to the successful recovery of the tourism sector in Ukraine after the war period [2; 5; 10].

The tourism industry of Ukraine is an important branch of the economy, which includes a variety of activities related to travel and recreation. The main classic components of the tourism industry include hotels, restaurants, transport services, travel agencies, attractions and other services designed to meet the needs of tourists (Fig. 1).

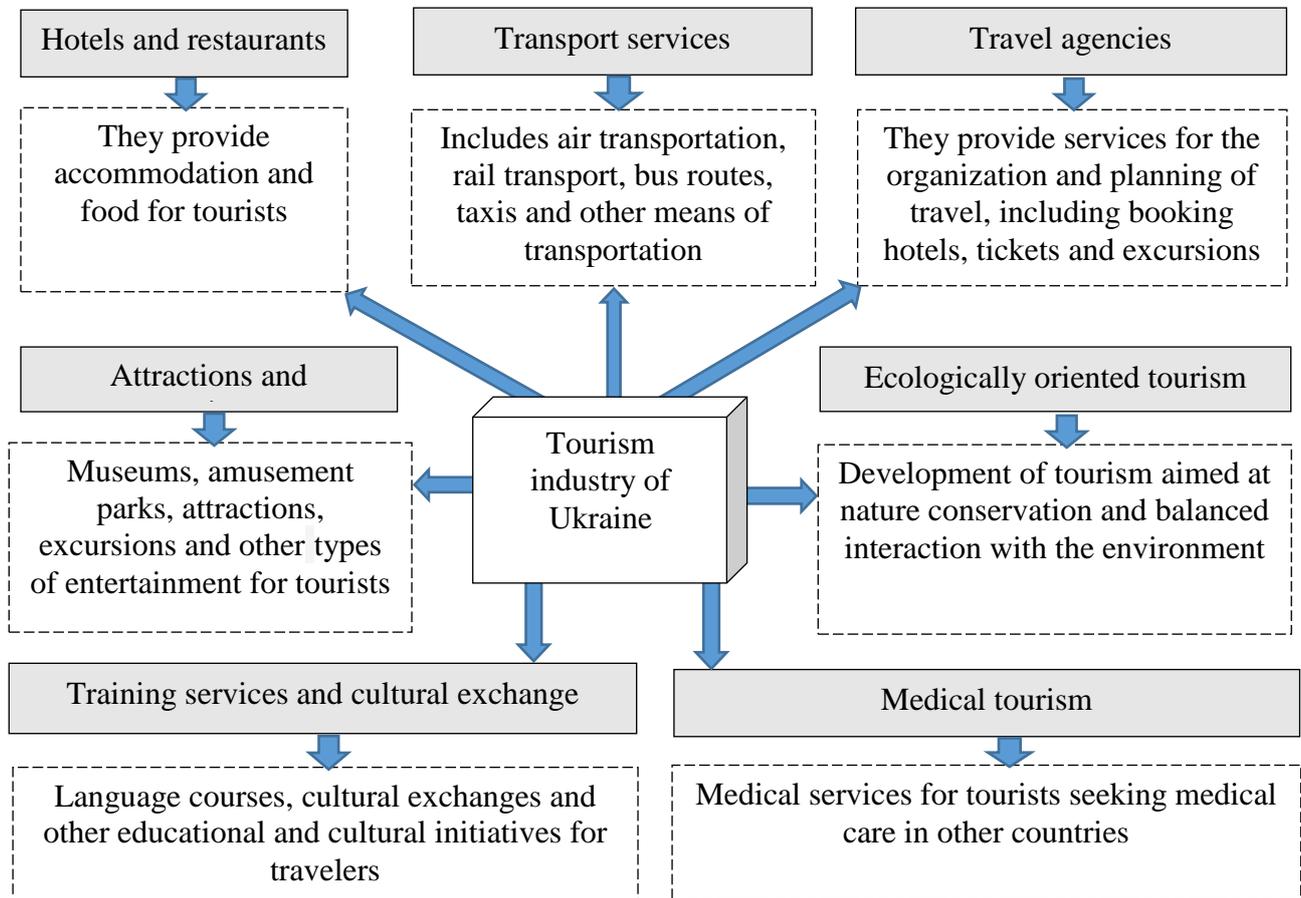
The tourism industry plays an important role in the development of countries' economies and promotes cultural exchange between nations. However, it also faces challenges such as conservation of natural resources, management of tourist flow and preservation of cultural heritage. The tourism industry of Ukraine is diverse and attractive for travelers, where the dominant components are [7; 9; 12]:

1. Cultural and historical sights – Ukraine has a rich cultural heritage that includes ancient castles, churches, museums and historical sites such as Kyiv Pechersk Lavra, Lviv Old Town and many others.

2. Natural landscapes – Ukraine has beautiful natural landscapes, such as the Carpathians, Kryvyi Rih Mound and numerous national parks.

3. Traditional cuisine – Ukrainian cuisine is famous for its delicious and hearty food (borscht, dumplings, cabbage rolls).

4. Folklore and folk traditions – tourists can enjoy folk festivals, folk crafts and other aspects of Ukrainian culture.



Source: [3; 6; 11].

Fig. 1. The main aspects of the tourist industry in a classic form

Tourism in Ukraine is beginning its revival, the country is starting to restore its infrastructure for the safety and convenience of visitors. However, as in any other country, there are important issues regarding sustainable development, conservation of natural resources and ensuring the quality of tourism services.

Thus, various measures can be considered to stimulate tourism, such as promotions for the promotion of tourist routes, partnerships with tour operators, infrastructure development, introduction of convenient services for tourists, and others. It is also important to work on improving the image of the country in the eyes of the international community. Investments in tourism development, advertising campaigns and promotion of creative initiatives can contribute to the recovery and development of the industry. This will not only bring economic benefits, but also promote the exchange of cultural values and the expansion of international cooperation [13; 14; 16].

The current state of the tourism industry in Ukraine can be improved through a number of measures and initiatives aimed at the development and attractiveness of the country for tourists. Given that some vacation requests are still coming in, there is an opportunity to preserve and restore

the tourism industry in certain safe regions. Thus, several following aspects should be taken into account to restore the tourism industry in conflict conditions (Table 1).

Table 1

**Possible prospects for the restoration of the tourism industry in Ukraine
 in the post-war period**

№	Recovery directions	Characteristic
1.	Marketing and advertising	Creation of effective marketing campaigns for the promotion of tourist attractions and events in Ukraine.
		Emphasis on the country's unique cultural and natural resources.
		Conduct marketing campaigns to attract tourists to safe zones.
		To emphasize the beauty and cultural wealth of the regions that remain outside the conflict.
2.	Infrastructure entertainment	Development and improvement of transport infrastructure to ensure convenient access to different regions of Ukraine.
		Development of hotel and restaurant infrastructure.
3.	Tourist routes	Development and promotion of interesting tourist routes, including cultural and natural attractions.
		Support of ecologically clean and stable tourist routes.
4.	Technological innovation	Using technology to improve the tourist experience, such as mobile navigation applications, virtual tours, etc.
5.	Cultural Exchange	Encouragement of cultural exchange and interaction with foreign tourists.
		Organization of festivals, exhibitions, concerts and other cultural events.
6.	Safety and service	Ensuring safety and comfort for tourists.
		Increasing the level of service in hotels, restaurants and other tourist establishments.
7.	Public initiatives	Involvement of the public in the development of tourism, support of local initiatives and entrepreneurship.
8.	Flexible tourist rules	Creation of flexible and convenient rules for the entry and stay of foreign tourists.
9.	Security and information support	Provide the maximum level of security for tourists in safe regions.
		Regularly provide information on the state of security, rules of conduct and recommendations for tourists.
10.	Economic support	Provide support to tourism companies through aid or financial measures.
		Recruit volunteers to support and promote safe regions.
11.	Cooperation with other industries	Involve restaurants, hotels, transport companies and other industries in joint initiatives to attract tourists.
		Develop package offers and discounts for tourists.
12.	Development of alternative routes	Enrich the tourist offer with new routes and destinations located in safe regions.

Source: [9–16].

Understanding and active support in the field of security will be decisive for the restoration of interest in tourism in the conditions of a military conflict. These measures should contribute to the recovery and development of tourism in Ukraine, increase the flow of tourists and improve the economic contribution of the industry to the development of the country.

It is also necessary to pay attention to several influencing factors regarding the revival of Ukrainian tourism through the prism of the European vector of development [15; 16]:

1. Political and economic stability (stability in politics and economy contributes to the confidence of tourists; instability can affect the safety and decision of tourists to visit the country).

2. Security (ensuring security for tourists is one of the most important factors; reducing the level of crime and increasing general security create favorable conditions for the development of tourism).

3. Infrastructure (development and improvement of transport, hotel and communication infrastructure provide convenience for tourists and increase their satisfaction with the trip).

4. Marketing and advertising (an active marketing strategy that promotes tourist attractions and cultural features can attract attention and increase the flow of tourists).

5. Cultural heritage and natural resources (identified and unique cultural and natural attractions become tourist magnets; preservation and promotion of these values is important to attract travelers).

6. Tourist policy and visa conditions (flexible tourist policy and simplification of visa conditions can make the country more attractive for foreign tourists).

7. Digital technologies (the use of modern technologies, such as online platforms and mobile applications, facilitates the ease of planning and booking travel).

8. Economic condition (economic stability and the presence of economic growth can positively affect people's ability to spend money on travel).

9. Tourist service (quality of service, friendliness of local residents and availability of information for tourists play an important role in determining the satisfaction of travelers).

Taking into account these factors and with an appropriate approach to their management, Ukraine can achieve a successful recovery and development of the tourism industry [1–10].

Conclusions. Therefore, within the general trends and potential directions for the restoration of the tourism industry in Ukraine in the post-war period, we identified the following:

– development of domestic tourism (in conditions of recovery after conflicts or other difficulties, domestic tourism can become a key factor in recovery; promoting the beauty and uniqueness of one's own country can attract local and foreign tourists);

– advertising and marketing (a successful advertising campaign can greatly affect the recovery of tourism; a positive perception of the country, its culture, natural beauty and history can stimulate the interest of travelers);

– infrastructure (the development of tourism infrastructure such as hotels, restaurants, transportation and other facilities can improve the comfort and convenience of tourists visiting the country);

– safety (ensuring safety for tourists is critical, where the Government and the tourism industry must work to create a conducive and safe environment for visitors);

– cultural tourism (in Ukraine there are many cultural and historical monuments that can attract tourists; the development of cultural tourism can contribute to the restoration and increase of the flow of travelers);

– cooperation with foreign partners (Ukraine can develop cooperation with foreign tour operators and partners to attract foreign tourists; cooperation at the international level can increase the country's reputation among potential visitors);

– focus on the promotion of little-known tourist destinations and intensify work on attracting tourists to them; – increase emphasis on education and training of specialists in the field of tourism, thereby increasing the quality of services;

– strengthen cooperation with governments and the private sector for cultural exchange, which in turn will promote mutual understanding between nations;

– make tourism accessible to all travelers regardless of age, ability or interests.

Therefore, these factors collectively can contribute to the recovery of the tourism industry in Ukraine during the post-war period. However, the success of such recovery efforts will depend on various key factors, including political stability, economic development, and the overall image of the country.

References

Література

1. Babikova, K. O. (2021). Metodichni aspekty otsiniuvannya resursnoho potentsialu rekreatsiinoho turyzmu v konteksti yevrointehratsii Ukrainy [Methodical aspects of evaluating the resource potential of recreational tourism in the context of the European integration of Ukraine]. *Ahrosvit = Agroworld*, No. 13–14, P. 25–31 [in Ukrainian].
1. Бабікова К. О. Методичні аспекти оцінювання ресурсного потенціалу рекреаційного туризму в контексті євроінтеграції України. *Агросвіт*. 2021. № 13–14. С. 25–31.
2. Berkova, O. P. (2018). Aktualni problemy turystychnoi haluzi Ukrainy ta shliakhy yikh vyrishennia za umov transformatsii sotsialno-ekonomichnoho seredovyscha [Actual problems of the tourist industry of Ukraine and ways to solve them under the conditions of transformations of the socio-economic environment]. *Heohrafiia ta turyzm = Geography and tourism*, Vol. 42, P. 23–28 [in Ukrainian].
2. Беркова О. П. Актуальні проблеми туристичної галузі України та шляхи їх вирішення за умов трансформацій соціально-економічного середовища. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 42. С. 23–28.
3. Drebot, O. I., Babikova, K. O. (2021). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm rozvytku rekreatsiinoho turyzmu v konteksti Yevrointehratsii [Organizational and economic mechanism of development of recreational tourism in the context of European integration]. *Ahroekolohichniy zhurnal = Agroecological journal*, No. 2, P. 78–86 [in Ukrainian].
3. Дребот О. І., Бабікова К. О. Організаційно-економічний механізм розвитку рекреаційного туризму в контексті Євроінтеграції. *Агроєкологічний журнал*. 2021. № 2. С. 78–86.
4. Lisovyi, A. V., Dolha, H. V. (2020). Stratehichni analiz potentsialu turystychnoi haluzi Ukrainy [Strategic analysis of the potential of the tourism industry of Ukraine]. *Visnyk KhNAU. Serii: Ekonomichni nauky = KHNAU Bulletin. Series: Economic Sciences*, No. 2, P. 17–32 [in Ukrainian].
4. Лісовий А. В., Долга Г. В. Стратегічний аналіз потенціалу туристичної галузі України. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2020. № 2. С. 17–32.
5. Mashika, H. V., Horiunova, K. A. (2021). Pravovi ta ekonomichni aspekty turystychnoi haluzi Ukrainy pid chas pandemii Covid-19 [Legal and economic aspects of the tourism industry of Ukraine during the Covid-19 pandemic]. *Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience*, No. 3, P. 5–11 [in Ukrainian].
5. Машіка Г. В., Горюнова К. А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії Covid-19. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 3. С. 5–11.
6. Mykhailichenko, H. I., Dvorska, I. V. (2022). Antykryzova reanimatsiia turystychnoi haluzi Ukrainy v pisliavoienni period [Anti-crisis resuscitation of the tourist industry of Ukraine in the post-war period]. *Biznes Inform = Business Inform*, No. 8, P. 146–150
6. Михайліченко Г. І., Дворська І. В. Антикризова реанімація туристичної галузі України в післявоєнний період. *Бізнес Інформ*. 2022. № 8. С. 146–150.

[in Ukrainian].

7. Papp, V. V. (2015). Rozvytok sfery turyzmu v konteksti yevrointehratsiinykh protsesiv v Ukraini [Development of tourism in the context of European integration processes in Ukraine]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomika = Bulletin of Odessa National University. Series: Economy*, No. 20(3), P. 179–184 [in Ukrainian].

8. Potravka, L. O., Pichura, I. O. (2020). Publichne upravlinnia rozvytkom turystychnoi haluzi v umovakh transformatsii natsionalnoi ekonomiky Ukrainy [Public management of the development of the tourism industry in the conditions of transformations of the national economy of Ukraine]. *Tavriyski naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika = Taurian Scientific Herald. Series: Economy*, Vol. 3, P. 30–36 [in Ukrainian].

9. Puzyrova, P. V. (2022). Rozvytok stratehichnoho partnerstva na osnovi stvorennia innovatsiinoi biznes-modeli povoiennoho rozvytku turyzmu v Ukraini [Development of strategic partnership based on the creation of an innovative business model of post-war tourism development in Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky = Actual problems of economics*, No. 8 (254), P. 39–48 [in Ukrainian].

10. Rodina, O. H. (2021). Turystychna haluz Ukrainy v konteksti suchasnykh intehratsiinykh protsesiv [The tourism industry of Ukraine in the context of modern integration processes]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu = Actual problems of the development of the economy of the region*, Vol. 17(2), P. 167–178 [in Ukrainian].

11. Turyzm. Yevrointehratsiinyi portal [Tourism. European integration portal]. *eu-ua.kmu.gov.ua*. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/yevrointehratsiia/turyzm> [in Ukrainian].

12. Ukrainski turystychni marshruty uspishno intehruiutsia u yevropeyskyi turystychnyi prostir [Ukrainian tourist routes are successfully integrated into the European tourist space]. *tourism.gov.ua*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayinski-turistichni-marshruti-uspishno-integruiutsya-u-ievropeyskiy-turistichniy-prostir> [in Ukrainian].

13. Khudaverdieva, V. A. (2022). Mizhnarodnyi turyzm yak chynnyk yevropeiskoi intehratsii Ukrainy: istoriia, suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku [International tourism as a factor of European integration of Ukraine: history, current state and

7. Папп В. В. Розвиток сфери туризму в контексті євроінтеграційних процесів в Україні. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2015. Т. 20, Вип. 3. С. 179–184.

8. Потравка Л. О., Пічура І. О. Публічне управління розвитком туристичної галузі в умовах трансформацій національної економіки України. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020. Вип. 3. С. 30–36.

9. Пузырьова П. В. Розвиток стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 8 (254). С. 39–48.

10. Родіна О. Г. Туристична галузь України в контексті сучасних інтеграційних процесів. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2021. Вип. 17(2). С. 167–178.

11. Туризм. Євроінтеграційний портал. *eu-ua.kmu.gov.ua*. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/yevrointehratsiia/turyzm>.

12. Українські туристичні маршрути успішно інтегруються у європейський туристичний простір. *tourism.gov.ua*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayinski-turistichni-marshruti-uspishno-integruiutsya-u-ievropeyskiy-turistichniy-prostir>.

13. Худавердієва В. А. Міжнародний туризм як чинник європейської інтеграції України: історія, сучасний стан і перспективи розвитку. *Південний архів. Історичні науки*. 2022. № 39.

- development prospects]. *Pivdennyi arkhiv. Istorychni nauky = Southern archive. Historical sciences*, No. 39, P. 35–43 [in Ukrainian].
14. Cherneha, O. M. (2022). Transformatsiia turystychnoi haluzi pid chas viiny v Ukraini cherez tsyfrovi tekhnolohii [Transformation of the tourism industry during the war in Ukraine through digital technologies]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii: Ekonomika = Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series: Economy*, No. 6, P. 43–50 [in Ukrainian].
15. Puzyrova, P. (2022). Yevrointehratsiina stratehiia rozvytku turyzmu Ukrainy [European integration strategy for tourism development of Ukraine]. *Menedzhment = Management*, Issue 2 (36), P. 68–78.
16. Olshanska, O., Puzyrova, P. (2022). Suchasnyi stan turystychnoi haluzi Ukrainy ta perspektyvy yii intehratsii do Yevropeiskoho Soiuzu [The current state of the tourist industry of Ukraine and the prospects of its integration into the European Union]. *Menedzhment = Management*, Issue 2 (36), P. 79–89.
- C. 35–43.
14. Чернега О. М. Трансформація туристичної галузі під час війни в Україні через цифрові технології. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Економіка*. 2022. № 26. С. 43–50.
15. Puzyrova P. European integration strategy for tourism development of Ukraine. *Менеджмент = Management*. 2022. Issue. 2 (36). P. 68–78.
16. Olshanska O., Puzyrova P. The current state of the tourist industry of Ukraine and the prospects of its integration into the European Union. *Менеджмент = Management*. 2022. Issue 2 (36). P. 79–89.

УДК 331.5

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.11

Анна А. Олешко, Данило В. Чернаєнко
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗБУДОВИ SMART-МІСТ УКРАЇНИ
В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

У статті досліджено теоретичні основи розбудови SMART-міст України в трансформаційній економіці. У сучасному світі, що швидко трансформується під впливом технологічних інновацій та глибоких економічних змін, концепція SMART-міст стає необхідною ланкою для сталого розвитку та ефективного управління міськими просторами. Зміна економічного ландшафту України визначає необхідність активної адаптації та інноваційного вдосконалення міського середовища. У цьому контексті концепція розбудови SMART-міст стає ключовим стратегічним напрямом для сталого розвитку та впровадження передових технологій в управління містами. Імплементация смарт-технологій у міському середовищі визначається не лише досягненням ефективності, а й вирішенням складних викликів для України в частині впровадження механізмів інтелектуальних міських систем. Метою статі є теоретичний аналіз та узагальнення особливостей та механізмів розбудови SMART-міст в умовах трансформаційної економіки. У статті досліджено теоретичний базис розбудови SMART-міст України в трансформаційній економіці на основі виявлення ключових концепцій, аналізу інноваційних моделей, форм та методів. Формування теоретичних основ розбудови є вихідним компонентом успішного впровадження інновацій у міському середовищі. Розуміння сутності смарт-технологій та їх впливу на економіку та соціокультурну сферу є визначальним для створення високоефективних, технологічно зрілих міст, які здатні не лише адаптуватися до змін, але й активно сприяти їхньому формуванню. Зроблено висновок, що розвиток SMART-міст у контексті трансформації економіки передбачає створення стратегічної інноваційної системи для вирішення викликів та завдань в епоху глобальних змін. Ця система передбачає смартизацію транспортної системи, впровадженні енергоефективних рішень, розвиток системи охорони здоров'я, комунального сектору та інших сфер міського господарства.

Ключові слова: SMART-місто; смартекономіка; смарт-технології; трансформаційна економіка; Україна.

Anna A. Oleshko, Danylo V. Chernaienko
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
**THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE SMART CITIES DEVELOPMENT
IN THE TRANSFORMATIONAL ECONOMY**

The article examines the theoretical foundations of the development of smart cities of Ukraine in the transformational economy. In today's world, which is rapidly transforming under the influence of technological innovations and deep economic changes, the concept of SMART cities is becoming a necessary link for sustainable development and effective management of urban spaces. The change in the economic landscape of Ukraine determines the need for active adaptation and innovative improvement of the urban environment. In this context, the concept of building SMART cities becomes a key strategic direction for sustainable development and introduction of advanced technologies in city management. The implementation of smart technologies in the urban environment is determined not only by achieving efficiency, but also by solving complex challenges for Ukraine in terms of implementing the mechanisms of intelligent urban systems. The purpose of the article is a theoretical analysis and generalization of the features and mechanisms of building SMART-cities in the conditions of the transformational economy. The article examines the

theoretical basis of the development of SMART cities of Ukraine in the transformational economy based on the identification of key concepts, analysis of innovative models, forms and methods. The formation of the theoretical foundations of development is an initial component of the successful implementation of innovations in the urban environment. Understanding the essence of smart technologies and their impact on the economy and socio-cultural sphere is decisive for the creation of highly efficient, technologically mature cities that are able not only to adapt to changes, but also to actively contribute to their formation. It was concluded that the development of SMART cities in the context of the transformation of the economy involves the creation of a strategic innovation system for solving challenges and tasks in the era of global changes. This system provides for the smartization of the transport system, the implementation of energy-efficient solutions, the development of the health care system, the utility sector and other areas of the city economy.

Keywords: SMART city; smart economy; smart technologies; transformational economy; Ukraine.

Постановка проблеми. Україна в умовах економічної трансформації та формування інноваційного цифрового суспільства, стикається з низкою значущих проблем та викликів у процесі розбудови SMART-міст або «розумних міст». Концепція розумних міст набула значної популярності, оскільки люди прагнуть вирішити проблеми, які породжує швидка урбанізація, обмеження ресурсів і технологічний прогрес. Розумні міста використовують потужність технологій, керованих даними, для оптимізації різних аспектів міського життя, включаючи транспорт, споживання енергії, управління відходами, управління тощо. Визначення проблем і викликів, пов'язаних із розбудовою SMART-міст в Україні, вимагає системного підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та емпіричні дослідження SMART-міст висвітлені в працях таких вчених як: V. Albino, U. Berardi та R.M. Dangelico [1], M. Bernardo [2], A. Camero та E. Alba [3], J. Chen, Y. Guo, C. Su, J. Chen та S. Chang [4], J. Corbett та S. Mellouli [5], R. Giffinger та H. Gudrun [6], M.J.N. Han та M.J. Kim [7], E. Ismagilova, L. Hughes, Y.K. Dwivedi та R.K. Ravi [8], B.N. Silva, M. Khan та K. Han [9].

Основними пріоритетами розбудови SMART-міст є [10]:

- місцеве самоврядування – управління для створення спільного, прозорого та стійкого середовища для громадян та влади міста, заснованого на електронній комунікації;
- транспортна інфраструктура – будівництво якісних доріг, мостів, транспортних розв'язок світлофорів з нормальною пропускнуною спроможністю та на основі сучасних смарт-технологій;
- smart-освіта – поєднання освітнього процесу з сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями, що забезпечить постійний доступ до знань та безперервність освітнього процесу, проведення інтерактивних занять на різних інтернет-платформах або у модульному середовищі освітнього процесу;
- водовідведення і водоочистка - виявлення витоків, збереження та моніторинг якості води; впровадження технологій smart системи водопостачання та водоочистки; раціональне використання та збереження води та енергії в smart-місті; підвищення рівня обслуговування мешканців smart-міста;
- містопланування – будівництво мікрорайонів, житлових комплексів, забезпечених парками, соціальною, культурною, спортивною, побутовою інфраструктурою, транспортною розв'язкою, паркувальними місцями тощо на цифровій основі;
- містобудування – насамперед, будівництво розумних будинків;
- енергетика – енергоощадність виробництва, інфраструктури міста, зменшення рівня використання енергоресурсів жителями міста;

– система охорони здоров'я – основу становлять біотехнології та інформаційні технології;

– безпека – забезпечення охорони порядку та безпеки життя громадян в місті.

Метою статі є теоретичний аналіз та узагальнення особливостей та механізмів розбудови SMART-міст в умовах трансформаційної економіки.

Виклад основних результатів. За останні десятиліття світ пережив значущі трансформації у сфері економіки, які супроводжувались стрімким розвитком технологій та нововведень. Цей процес трансформації, що включає цифрову революцію, глобалізацію та зміни в споживацьких та виробничих парадигмах, має значення в рамках формування сучасної економічної реальності.

Спрощення обміну інформацією та поява нових технологій створили умови для якісно нової глобальної економіки, у якій взаємодія між країнами та компаніями відбувається на новому інформаційному рівні. Зацікавленість великих корпорацій у впровадженні інновацій та пошуку нових ринків приводить до переосмислення класичних моделей бізнесу та утворення нових галузей та секторів.

Цифрові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, інтернет речей, відкривають широкі можливості для оптимізації виробництва, підвищення продуктивності та удосконалення послуг. Це створює нові економічні умови, де країни та підприємства, які швидко адаптуються до цих змін, можуть отримати конкурентну перевагу.

У контексті глобальних трансформацій Україна, яка сама переживає етап економічної трансформації, стикається з необхідністю адаптації до цих глобальних змін. Зростаюча конкуренція на світовому ринку та потреба вдосконалення власної економічної моделі вимагають інноваційних рішень та стратегій.

Необхідність створення SMART-міст – це стратегічний крок у напрямку розвитку, що передбачає використання сучасних технологій для покращення якості життя громадян та підтримки сталого розвитку. Розумні міста надають можливість покращити ефективність управління ресурсами, розвинути транспортну та комунікаційну інфраструктуру, забезпечити доступні та якісні послуги мешканцям та підвищити загальний рівень інтелектуальності міста.

SMART-міста є інтегрованими інтелектуальними системами, у яких забезпечення життєдіяльності міста управляється та контролюється за допомогою сучасних технологій та зв'язку. Ці системи охоплюють всі сфери міського середовища, починаючи від енергозабезпечення та закінчуючи управлінням відходами та розвитком транспортної мережі. У SMART-містах використовуються сучасні методи збору та аналізу даних, які дозволяють отримати цілісне бачення міста та його ресурсів. Інтернет речей (IoT) використовується для створення мережі підключених пристроїв, які надають реальний час інформації про різні аспекти функціонування міста. Аналітика даних дозволяє ефективно управляти цією інформацією та приймати стратегічні рішення для оптимізації ресурсів та поліпшення якості життя мешканців [11].

В умовах трансформаційної економіки України розбудова SMART-міст є необхідністю для досягнення цілей сталого розвитку та конкурентоспроможності на світовому ринку. Україна, яка прагне впровадження інновацій та змін у свою економічну модель, повинна активно використовувати сучасні технології для поліпшення життя своїх громадян, ефективного управління ресурсами та створення сприятливого середовища для бізнесу та інвестицій.

Реалізація концепції SMART-міст в Україні може призвести до значних позитивних змін у багатьох сферах. Вдосконалення інфраструктури, впровадження систем енергоефективності, забезпечення доступу до якісної медичної та освітньої допомоги – це

лише декілька аспектів, які можуть бути покращені завдяки сучасним технологіям. Проте, впровадження означеної концепції в Україні стикається з численними викликами. Технічні обмеження, нестача кваліфікованого персоналу, економічні обмеження та потреба в значних інвестиціях є серйозними бар'єрами на шляху до успішної реалізації проєктів SMART-міст. Враховуючи потенціал та переваги, які можуть впливати з реалізації цієї концепції, уряд та підприємства України мають можливість знайти та реалізувати ефективні стратегії впровадження смарт-технологій у міському середовищі.

Розумне місто – це агломерована територія, на яку впливає висока концентрація навчання та інновацій в результаті творчих громадян та установ, а також впровадження цифрової інфраструктури з загальною метою досягнення економічного зростання та високої якості життя, зберігаючи при цьому розуміти дефіцит природних ресурсів [11].

Основними складовими концепції «розумного міста» є:

– економіка, заснована на високотехнологічних галузях, що включають ІКТ. Електронний бізнес і електронна комерція, а також зростання продуктивності є невід'ємними компонентами економіки розумного міста;

– громадяни – високоосвічені та висококваліфіковані мешканці, які беруть активну участь у громадському житті міста;

– урядування – диверсифікована система електронного урядування для взаємодії з громадянами. У розумному місті делегування функцій і диверсифікація влади є основою соціальної взаємодії різних інституцій;

– мобільність – інноваційні та безпечні транспортно-логістичні системи, засновані на інфраструктурі ІКТ, які покращують міський трафік і мобільність міських жителів у повсякденному житті;

– середовище, що тісно пов'язане з енергією. Адже ключовим є принцип енергоефективності та зменшення викидів парникових газів, а також заходи щодо захисту навколишнього середовища;

– життєзабезпечення – управління кліматом, вентиляцією, освітленням, усіма електроприладами та системою безпеки за допомогою одного пульта або смартфона (рис. 1).

Сучасне розвинене місто є рушійною силою економіки будь-якої країни, центром культури, освіти та науки, платформою для впровадження технологічних і соціальних інновацій. Тому розвиток комфортної інфраструктури безпосередньо впливає на економічні показники міста, визначає його привабливість для кваліфікованих спеціалістів та інвесторів, що, у свою чергу, сприяє значному посиленню конкуренції між містами. Великі міста завжди були і залишаться центрами розвитку цивілізації.

Одним із ключових технічних обмежень, які перешкоджають ефективній розбудові SMART-міст в Україні є несумісність інфраструктури, відсутність стандартизації та нестабільність електромереж. Низька технічна готовність деяких регіонів та міст обмежує можливості впровадження сучасних технологій, таких як системи інтернету речей (IoT) та цифрові рішення. Усунення цих обмежень вимагатиме інвестицій у модернізацію технічної інфраструктури, розвиток стандартів та прискорення впровадження стабільних технологічних рішень. Крім того, необхідно створити ініціативи для технічного оновлення, щоб забезпечити узгодженість систем та їх взаємодію.

Подолання економічних перешкод, пов'язаних із впровадженням розумних міст, передбачає розробку стратегій фінансування та залучення інвестицій. Створення сприятливого клімату для бізнесу, врахування вартості проєктів у бюджетних розрахунках та залучення міжнародної фінансової підтримки може стати ключовими чинниками у вирішенні економічних викликів.



Джерело: подудовано на основі [5].

Рис. 1. Компоненти концепції SMART-міста

Активна участь громад у процесі створення SMART-міст є необхідною, але ставить перед собою свої виклики. Недостатня інформованість та низька цифрова грамотність в деяких частинах населення можуть ускладнити впровадження нових технологій. Крім того, необхідно враховувати різноманітні соціокультурні особливості та інтереси різних груп громадян. Для вирішення цих питань необхідно розвивати програми з підвищення цифрової грамотності, створювати платформи для взаємодії з громадськістю та забезпечувати максимальну прозорість у вирішенні питань, пов'язаних із впровадженням смарт-технологій.

Розбудова SMART-міст чинить значні кіберризиками. Зі збільшенням кількості підключених пристроїв та обміну великими обсягами даних, зростає загроза для кібербезпеки. Важливо розглядати це як пріоритетну задачу та розробляти ефективні стратегії захисту від кібератак та витоків інформації. Необхідно впроваджувати сучасні методи шифрування та забезпечувати сталу моніторинг та аудит систем безпеки.

Ефективна робота SMART-міст вимагає інтеграції різних сфер, таких як транспорт і енергетика. Проблеми взаємодії та синергії між цими галузями можуть ускладнити реалізацію повноцінного міста. Наприклад, ефективна система громадського транспорту потребує інтеграції з електротранспортом та системами управління трафіком. Забезпечення взаємодії між різними системами та розробка єдиної інфраструктури може допомогти створити гармонійне та ефективне міське середовище.

Україна, входячи в еру трансформаційної економіки, переживає суттєві зміни у власному економічному ландшафті. Перехід до нових економічних моделей не лише визначає стратегічні завдання для розвитку міст та їхньої інфраструктури, але також створює нові можливості та виклики. Смарт-технології, в контексті трансформаційної економіки, можуть виступати катализатором для реалізації нових потенційних переваг та ефективної адаптації до змін.

Однією з ключових завдань у контексті впровадження смарт-технологій є адаптація глобального досвіду та кращих практик розбудови SMART-міст до умов української реальності. Перш за все, важливо враховувати особливості економічної, соціокультурної та політичної обстановки в Україні. Застосування глобального досвіду повинно ґрунтуватися на ретельному аналізі контексту та потреб країни.

Важливо також враховувати специфіку трансформаційної економіки в Україні, зокрема, фактори, які впливають на стійкість та інноваційний потенціал міських господарств. Це може включати розгляд аспектів, таких як доступність фінансування для інновацій, готовність населення до впровадження нових технологій, та умови для розвитку малих та середніх підприємств в сфері інновацій.

Адаптація глобального досвіду є важливою, проте її успішність залежить від здатності адаптувати ідеї до специфіки та потреб України, забезпечуючи баланс між загальноприйнятими підходами та конкретними умовами національного розвитку.

Успішна розбудова SMART-міст в Україні вимагає інтегрованого підходу. Це включає в себе створення цифрової інфраструктури, використання аналітики даних для прийняття рішень, розвиток систем Інтернету речей та забезпечення цифрової грамотності серед населення. Здійснення трансформацій вимагає взаємодії різних секторів – владних структур, бізнесу, науки та громадянського суспільства. Інтеграція різних компонентів SMART-міст, таких як транспортна система, енергетика, охорона здоров'я та інші, в єдину цифрову екосистему дозволить досягти синергії та оптимізації ресурсів. Цей підхід ґрунтується на аналізі світового досвіду успішної реалізації смарт-проектів. Наприклад, сучасні SMART-міста, такі як Сінгапур, Барселона та Токіо, продемонстрували важливість інтеграції технологій та різних аспектів життя містян для досягнення максимальної ефективності.

Успішна розбудова SMART-міст в Україні неможлива без створення високоефективної цифрової інфраструктури. Це включає в себе розвиток швидкісних мереж, впровадження технологій 5G, створення центрів обробки даних та забезпечення безпеки цифрових платформ. Цифрова інфраструктура виступає фундаментальним елементом, на якому ґрунтується ефективне функціонування усіх інших компонентів SMART-міста. Аргументація цього висновку базується на дослідженні інноваційних проектів у Європі та Азії, де розвиток цифрової інфраструктури виявився ключовим чинником для впровадження передових технологій та покращення якості послуг для громадян. Системи збору, обробки та аналізу даних дозволяють містам отримувати реальний часовий звіт про стан інфраструктури, ефективно вирішувати проблеми та прогнозувати майбутні тенденції. Це базується на успішних прикладах використання аналітики даних у містах, таких як Лондон та Чикаго, де це призвело до покращення управління транспортом, енергетикою та іншими аспектами міського життя.

Впровадження IoT у різні сфери міського життя, від енергозабезпечення до систем безпеки, дозволяє оптимізувати використання ресурсів та поліпшувати якість життя. Разом з цим, цифрова грамотність важлива для забезпечення активної участі громадян в новітніх технологічних ініціативах.

SMART-місто може стати каталізатором для нових інвестицій, розвитку стартапів та залучення талановитих фахівців. Зокрема, відзначено важливість створення сприятливого екосистеми для інновацій та підтримки малого та середнього бізнесу. Зазначене формує фундаментальну основу для подальших кроків у розбудові SMART-міст в Україні, враховуючи специфічні умови та потреби країни в контексті трансформаційної економіки.

Висновки. Розбудова SMART-міст у контексті трансформації економіки України є об'єктивною даністю глобального поступу та умовою економічного відновлення та

зростання на засадах цифровізації. Це не просто впровадження нових технологій, але й створення стратегічної системи для вирішення викликів та завдань в епоху глобальних змін. Розумні міста, взаємодіючи з сучасними технологіями, можуть стати ключовим чинником успіху в досягненні сталого та інтелектуального розвитку України в епоху трансформаційної економіки.

Подальші дослідження мають фокусуватися на формуванні інтегрованих структур і механізмів до розбудови SMART-міст, оптимізації транспортної системи, впровадженні енергоефективних рішень, розвитку системи охорони здоров'я та інших сфер міського життя. Дослідження механізмів взаємодії між містами та регіонами розкриватиме можливості для створення мережі розумних міст з об'єднанням різних територій в єдину цифрову екосистему.

References

Література

1. Albino, V., Berardi, U., Dangelico, R. M. (2015). Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives. *Journal of Urban Technology*, 22(1), 3–21. <https://doi.org/10.1080/10630732.2014.9420924>.
2. Bernardo, M. (2019). Smart city governance: From e-government to smart governance. In: *Smart cities and smart spaces: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 196–232). Edited by Information Resources Management Association, IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7030-1.ch009>.
3. Camero, A., Alba, E. (2019). Smart city and information technology: A review. *Cities*, 93, 84–94. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.04.01412>.
4. Chen, J., Guo, Y., Su, C., Chen, J., Chang, S. (2015). A smart city system architecture based on city-level data exchange platform. *Journal of Information Technology Research*, 8(4), 1–25. <https://doi.org/10.4018/JITR.201510010114>.
5. Corbett, J., Mellouli, S. (2017). Winning the SDG battle in cities: How an integrated information ecosystem can contribute to the achievement of the 2030 sustainable development goals. *Information Systems Journal*, 27(4), 427–461. <https://doi.org/10.1111/isj.1213817>.
6. Giffinger, R., Gudrun, H. (2010). Smart cities ranking: An effective instrument for the positioning of the cities? *Architecture, City and Environment*, 4(12), 7–26. <https://doi.org/10.5821/ace.v4i12.248323>.

7. Han, M. J. N., Kim, M. J. (2021). A critical review of the smart city in relation to citizen adoption towardsustainable smart living. *Habitat International*, 108, Article 102312. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2021.10231225>.
8. Ismagilova, E., Hughes, L., Dwivedi, Y. K., Ravi, R. K. (2019). Smart cities: Advances in research – An information systems perspective. *International Journal of Information Management*, 47, 88–100. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.00427>.
9. Silva, B. N., Khan, M., Han, K. (2018). Towards sustainable smart cities: A review of trends architecturescomponents and open challenges in smart cities. *Sustainable Cities and Society*, 38, 697–713. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.01.05345>.
10. Oleshko, A., Shatska, Z., Rovnyagin, A. (2022). Smart-spetsializatsiia Ukrainy v perspektyvi pisliavoiennoho vidnovlennia ekonomiky [Smart specialization of Ukraine in the perspective of post-war economic recovery]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, Vol. 5, DOI: 10.32702/2307-2105-2022.5.9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10286> [in Ukrainian].
11. Munyster, V. D. (2020). Компьютерные сети. IoT & mezhmashinnoe vzaimodejstvie [Computer networks. IoT & machine-to-machine communication]. URL: <https://www.twirpx.com/file/3020982/> [in Russian].
12. Richter, Ch. (2015). Digital collaborations and entrepreneurship – the role of shareconomy and crowdsourcing in the era of smart city. Lappeenranta University of Technology. 214 p.
26. <https://doi.org/10.5821/ace.v4i12.248323>.
7. Han M. J. N., Kim M. J. A critical review of the smart city in relation to citizen adoption towardsustainable smart living. *Habitat International*. 2021. No. 108. Article 102312. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2021.10231225>.
8. Ismagilova E., Hughes L., Dwivedi Y. K., Ravi R. K. Smart cities: Advances in research – An information systems perspective. *International Journal of Information Management*. 2019. No. 47. P. 88–100. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.00427>.
9. Silva B. N., Khan M., Han K. Towards sustainable smart cities: A review of trends architecturescomponents and open challenges in smart cities. *Sustainable Cities and Society*. 2018. No. 38. P. 697–713. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.01.05345>.
10. Олешко А. А., Шацька З. Я., Ровнягін О. В. Smart-спеціалізація України в перспективі післявоєнного відновлення економіки. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.5.9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10286>.
11. Мунистер В. Д. Компьютерные сети. IoT & межмашинное взаимодействие: учебно-теоретическое издание: Интернет-издание, 2020. 100 с URL: <https://www.twirpx.com/file/3020982/>
12. Richter Ch. Digital collaborations and entrepreneurship – the role of shareconomy and crowdsourcing in the era of smart city. Lappeenranta University of Technology, 2015. 214 p.

УДК 308:352:338.2

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.12

Інна М. Семененко, Ксенія І. Сєрєбряк, Ярослав В. Бурко
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Київ, Україна
**ПАРТИСИПАТИВНІСТЬ ПРОЦЕСІВ ВІДНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ
ГРОМАД УКРАЇНИ**

Процеси відновлення і розвитку громад України повинні відбуватися із забезпеченням партисипативності таких процесів. Залучення громадян до процесів планування відновлення та прийняття рішень у постраждалих від війни громадах є важливим через те, що саме відновлення відбувається саме задля задоволення потреб мешканців та їх повернення до громад. На жаль, відповідні законодавчі врегулювання не враховують належним чином залученість громадян до процесів відновлення і розвитку. Метою статті є визначення головних напрямів відновлення і розвитку постраждалих від війни громад та виявлення готовності мешканців громад брати участь у відновлювальних процесах на прикладі проекту міжнародної технічної допомоги VNG International, який стосується відновлення на місцевому рівні. В рамках зазначеного проекту було застосовано різні форми участі мешканців у вирішенні питань місцевого значення. Зокрема, при розробці планів відновлення і розвитку постраждалих від війни громад було проведено анкетування мешканців цих громад з метою оцінки безпекових питань та окреслення ключових напрямів їх відновлення і подальшого розвитку. За результатами опитування було виявлено відсоток людей, які вже повернулись або планують повернутися до своїх громад, а також тих, хто не планує повертатися. Також було встановлено ключові причини, які впливають на цей вибір. Встановлені причини корелюють з основними напрямками відновлення, які були визначені мешканцями громад як ключові і ті що потребують першочергової уваги. За результатами анкетування встановлено готовність мешканців громади брати участь у процесах відновлення і відбудови громад та напрями і способи, яким чином мешканці готові долучатися до цих процесів. Спрямування уваги до вирішення визначених проблем та досягнення поставлених завдань, важливих для мешканців, сприятиме їх поверненню додому.

Ключові слова: партисипативність; відновлення; розвиток; соціально-економічний стан; громада; план відновлення та розвитку; планування; імплементація.

Inna M. Semenenko, Kseniia I. Sieriebriak, Iaroslav V. Burko
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Kyiv, Ukraine
**PARTICIPATORY NATURE OF RECOVERY AND DEVELOPMENT PROCESSES
OF UKRAINIAN COMMUNITIES**

The recovery and development processes of Ukrainian communities should take place with provision of participatory nature of such processes. The involvement of citizens in recovery planning and decision-making in war-affected communities is important because recovery itself is designed to meet the needs of residents and return them to their communities. Unfortunately, the relevant legislative regulations do not adequately take into account the involvement of citizens in the recovery and development processes. The purpose of the article is to identify the main areas of recovery and development of war-affected communities and to determine the readiness of community residents to participate in recovery processes using the example of the VNG International technical assistance project, which deals with local recovery. The project used various forms of community participation in addressing local issues. In particular, when developing plans for recovery and development of war-affected communities, a survey of residents of these communities was conducted to assess security issues and identify key areas for their recovery and further development. The survey revealed the percentage of people who have already returned or

plan to return to their communities, as well as those who do not plan to return. The key reasons that influence this choice were also identified. The identified reasons correlate with the main areas of recovery, which were identified by community residents as key and those, which require priority attention. The results of the survey revealed the readiness of community residents to participate in the processes of recovery and reconstruction of communities, as well as the directions and ways in which residents are ready to join these processes. Focusing attention on solving the identified problems and achieving the tasks that are important to the residents will facilitate their return home.

Keywords: *participatory nature; recovery; development; socio-economic status; community; recovery and development plan; planning; implementation.*

Постановка проблеми. Україна вже другий рік поспіль перебуває у стані повномасштабної війни, проте водночас розпочала процеси відновлення. Через брак коштів у державному бюджеті країни та виділення їх переважної частки на оборону, територіальні громади вимушені розраховувати на власні можливості у вирішенні питань місцевого відновлення. Водночас децентралізовані процеси, що відбуваються в країні, сприяють підвищенню такої стійкості, оскільки громади можуть самостійно визначати пріоритети та напрямки відновлення, а також керувати цими процесами на місцевому рівні. Відновленню на місцевому рівні сприяють багато міжнародних і локальних організацій, які надають експертну підтримку, технічну допомогу, матеріальні і фінансові ресурси. У той же час відновлення на локальному рівні має базуватися, насамперед, на потребах мешканців громад, які вже знаходяться на території своїх громад, що потребують відновлення, або планують повертатися додому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні вже наявна велика кількість досліджень, аналітичних звітів, доповідей, записок, присвячених різним аспектам відновлення. При цьому, ще на конференції в Лугано одним із принципів відновлення було закладено партисипативність і залученість громадян [1]. Зокрема, голландський архітектор і містопланувальник Ф. Трефферс зазначав, що «було багато пропозицій щодо того, як може відбутися реконструкція, і деяких міжнародних архітекторів критикували за те, що вони нав'язували сторонній погляд або погляд зверху вниз» [2]. Проте його команда виступає за підхід «знизу вгору» та участі у плануванні та реконструкції навіть окремих будівель, натомість як «старі моделі розвитку» не зможуть допомогти Україні оптимально відбудуватися.

Науковці Всесвітнього інституту досліджень економіки розвитку Університету ООН зазначають, що до відновлення України має застосовуватися підхід, що базується на багаторівневому врядуванні, який можна брати і як нормативну, і як аналітичну основу. Як нормативна база, багаторівневе врядування відноситься до ідеї, що врядування має бути розосереджене, і що повноваження повинні бути розподілені між різними рівнями влади та іншими суб'єктами для сприяння більшій підзвітності, участі та ефективності у виробленні політики. Як аналітична основа, багаторівневе врядування використовується для вивчення та розуміння реальності управління в сучасних суспільствах. І як приклад практичної реалізації цього підходу, після конференції в Лугано було створено коаліцію RISE, що об'єднала понад 50 організацій для сприяння доброчесності та участі в процесі відновлення, а також поширила власне бачення відновлення, принципів реконструкції та модернізації України [3]. При цьому, коаліція RISE намагається сприяти відновленню та моніторити відповідний процес на національному рівні. Натомість, багато активностей, планування та імплементація заходів із відновлення відбувається і на локальному рівні, що також потребує залучення різних стейкхолдерів до процесів планування.

Ряд авторів, зокрема, Й. Гревінггольт, Й. Фауст, О. Лібман, С. Ріхтер, Г. Сассе, С. Стюарт, зазначають, що відповідні структури управління проєктами відбудови і реконструкції в Україні мають бути розроблені таким чином, щоб забезпечити участь і право голосу плюралістичних політичних інститутів і громадянського суспільства, а також зміцнити гендерну рівність. Щоб протидіяти відтоку мізків, також необхідно, щоб молоді, мобільні групи населення (включаючи біженців за кордоном) відчували себе причетними. Соціальна справедливість та включення соціальних чинників у процес відновлення також будуть важливим при плануванні та імплементації заходів з відновлення. Так, вразливі верстви населення потребуватимуть особливої підтримки, враховуючи тривожний рівень зубожіння населення внаслідок війни [4]. А на думку В. Квартюка і Дж. Кертіс, централізовані та ієрархічні системи управління, характерні для посткомуністичних країн, можуть створити серйозні проблеми для розвитку, орієнтованого на громаду і новостворених громадських організацій [5]. Саме тому погоджуємося з думкою О. Суший, що партисипативне планування і прогнозування має стати одним із інструментів при плануванні відновлення України після війни [6].

Питання розвитку місцевої демократії і залучення громадян до процесів відновлення розглядалися й іншими дослідниками, серед яких слід відзначити таких, як Д. Рубан [7], Я. Бень [8], Р. Бедрій [9], І. Білокінна [10] та інші. Проте на практиці це питання є часто нереалізованим.

Постановка завдання. Метою статті є визначення головних напрямів відновлення і розвитку постраждалих від війни громад та виявлення готовності мешканців громад брати участь у відновлювальних процесах на прикладі проєкту міжнародної технічної допомоги, який стосується відновлення на місцевому рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціально-економічний розвиток постраждалих від війни громад безпосередньо залежить від вчасного і ефективного планування відповідних заходів і проєктів, які спрямовані на відновлення і подальший розвиток громад. На державному рівні наявні декілька типів стратегічних планувальних документів, які стосуються відновлювальних процесів в громадах. Зокрема, ще у квітні 2022 року було внесено зміни до деяких законів України щодо першочергових заходів реформування сфери містобудівної діяльності, якими запроваджено поняття «Програма комплексного відновлення населеного пункту (території)» [11]. Ця Програма первісно була прописана як така, що буде врегулювати питання у містобудуванні. У липні 2022 року було внесено зміни до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій, і в ньому з'являється поняття «плану відновлення та розвитку територіальної громади», який є документом, що розробляється для відновлення та розвитку регіонів і територій, що постраждали внаслідок збройної агресії проти України, і він має розроблятися «у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України» [12]. Самі постанови щодо розробки відповідних документів з'явилися трохи пізніше. У жовтні 2022 року була опублікована Постанова КМУ Про затвердження Порядку розроблення, проведення громадського обговорення, погодження програм комплексного відновлення області, території територіальної громади (її частини) та внесення змін до них [13]. Порядок розроблення, реалізації та моніторингу плану відновлення та розвитку регіонів і планів відновлення та розвитку територіальних громад був затверджений пізніше – у липні 2023 року [14].

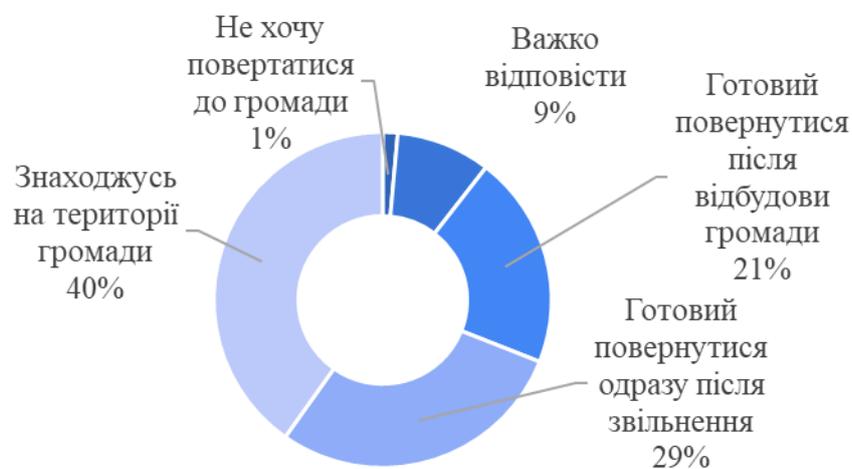
На жаль, План відновлення і розвитку, незважаючи на те, що відноситься саме до стратегічного планування відновлення і розвитку громад, не враховує необхідності досліджувати думку населення щодо такого відновлення. Натомість, багато з проєктів і

програм, які працюють за підтримки урядів інших країн, вбачають партисипативність як необхідність і обов'язковість під час такого планування.

Зокрема, Проєкт «Підтримка відновлення місцевого самоврядування та відбудови і реконструкції громад в Україні», що реалізується у 2022–2024 рр. Агентством міжнародного співробітництва асоціації муніципалітетів Королівства Нідерланди VNG International (Ві Ен Джі Інтернешнл) у партнерстві з Асоціацією міст України, і фінансується Міністерством закордонних справ Королівства Нідерланди, ставить цей принцип за основу діяльності. Цей проєкт спрямований на підвищення спроможності територіальних громад у відбудові і реконструкції і надання підтримки розробці плану відновлення і розвитку чотирьом територіальним громадам, що постраждали від російської агресії. Серед цих громад, зокрема, є ті, що були тимчасово окуповані і звільнені у 2022 році [15]. В роботі над планами відновлення та розвитку територіальних громад було використане чинне законодавство України, досвід громад України, міст і регіонів країн Європейського Союзу, зокрема, Королівства Нідерландів, принципи сталого розвитку, відновлення «краще ніж було» та застосування різних форм участі мешканців у вирішенні питань місцевого значення.

Зокрема, в рамках аналітичного етапу проєкту командою експертів було проведено анкетування мешканців цільових громад проєкту щодо їх думки стосовно відновлення і розвитку громад. В чотирьох громадах було опитано 2 316 мешканців, які анонімно оцінювали свої громади з точки зору безпекових питань, а також висловлювали свою думку щодо відновлення і подальшого розвитку громади. В даній статті результати опитування представлені частково і узагальнено для всіх чотирьох громад.

Одним із завдань аналітичного етапу розробки планів відновлення і розвитку цільових громад було врахування думки людей, які залишились на території громади та які виїхали на територію інших громад. Тому одним з питань анкети було місцезнаходження людей, оскільки це частково впливає на їх готовність і можливість долучатися до відновлювальних процесів (рис. 1). Так, більше половини респондентів знаходяться або готові повернутися в громаду без додаткових умов: 40% респондентів вже знаходились на території громади, а 29% опитаних готові повернутися після звільнення або відновлення безпекової ситуації. 21% респондентів готові повернутися до громади лише після її відбудови. 1% респондентів зазначив про неповернення, і 9% важко відповісти на це запитання.



Джерело: розроблено авторами.

Рис. 1. Готовність мешканців повернутися до громад

При чому, серед чинників, які негативно впливають на готовність мешканців повернутися до громади, за результатами анкетування можна відзначити:

- відсутність роботи;
- проблеми відкритості влади;
- фізична небезпека;
- економічна небезпека.

Визначення цих чинників корелює з напрямками, що визначені респондентами як найважливіші для відновлення і розвитку громади (рис. 2).



Джерело: розроблено авторами.

Рис. 2. Найважливіші напрями для відновлення і розвитку громад

Зокрема, серед найважливіших напрямів відновлення і розвитку було відзначено розширення можливостей для працевлаштування (80% опитаних), створення умов для залучення інвестицій (71%), розвиток малого і середнього бізнесу (66%). Дійсно, створення робочих місць та умов для розвитку підприємництва сприятиме поверненню людей, збільшенню надходжень до місцевого бюджету, забезпеченню населенню надання базових послуг тощо. Цікавим є те, що створення можливостей для працевлаштування було обрано більшою кількістю людей, навіть порівняно з таким важливим напрямом, як будівництво та ремонт житла. Серед інших пріоритетних напрямів зазначено розвиток системи медичного обслуговування (64%), благоустрій населених пунктів громади (61%), будівництво соціальної/комунальної інфраструктури (61%) та молодіжний розвиток (59%). Причому, такий напрям, як активізація та залучення мешканців до управління громадою обрали лише 43% від всіх респондентів. Найнижчий рейтинг є у таких напрямів, як використання місцевих природних ресурсів (34%), новітні технології та наукові розробки (36%), що свідчить або про відсутність потенціалу і спроможності представників громад реалізовувати ці напрями, або про відсутність у респондентів знань щодо потенціалу цих можливостей в громаді.

Щодо власної готовності брати участь у процесах відновлення 4% респондентів зазначили про те, що вони не готові долучатися до таких процесів (рис. 3). Відповіді решти – 96% респондентів – розподілились за різними напрямками.



Джерело: розроблено авторами.

Рис. 3. Готовність мешканців громади брати участь у процесах відновлення і відбудови громад

В анкеті була можливість обрати різні варіанти відповідей, проте лише приблизно половина опитаних зазначила про готовність фізично допомагати у прибиранні територій та відбудови будівель (52%). 48% опитаних зазначило, що готові брати участь у різних активностях на волонтерських засадах, а 37% можуть долучатися до надання послуг та іншої допомоги населенню. До гуманітарної діяльності можуть долучитися 31% респондентів. Така ж сама кількість людей готова брати участь у різноманітних опитуваннях та обговореннях для виявлення думки населення та окреслення ключових напрямів роботи. При чому, до реалізації спільних проєктів з представниками органу місцевого самоврядування та різних органів влади готові долучатися 28%, а брати участь у розробці документів стратегічного планування – ще менше – лише 23%. До освітньо-просвітницької роботи долучатимуться до 20% опитаних. Співпраця з бізнесом набрала найменшу кількість голосів – лише 14% від опитаних зазначили про можливість долучення до цього напрямку з метою відновлення своєї громади. Зазначені результати разом і з іншою додатковою інформацією були враховані цими громадами при розробці планів відновлення і розвитку.

Висновки. Процеси відновлення на локальному рівні повинні відбуватися із обов'язковим залученням громадян до прийняття відповідних рішень, оскільки відновлення має відбуватися саме для мешканців громади і базуватися на їх потребах. Саме спрямування уваги до вирішення проблем, важливих для мешканців, сприятиме їх поверненню додому. На жаль, відповідні законодавчі врегулювання не враховують належним чином залученість громадян до процесів відновлення і розвитку.

В рамках проєкту VNG International було виявлено, що головними проблемами громад, які безпосередньо постраждали від конфлікту, є не лише фізична небезпека, а і відсутність можливості економічного розвитку і забезпечення власної життєдіяльності. Тому

військовим адміністраціям або органам місцевого самоврядування доцільно приділяти увагу саме вирішенню цих проблем, що у майбутньому призведе до повернення мешканців, відновлення і розвитку територіальних громад. Не всі мешканці готові безпосередньо долучатися до відновлювальних процесів. Проте доцільно виявляти напрями та способи, яким чином мешканці готові брати участь у плануванні відновлення та реалізації безпосередніх заходів, і отже, сприяти цій участі.

References

Література

1. Ukraine Recovery Conference (2022). Outcome Document of the Ukraine Recovery Conference URC2022 'Lugano Declaration', Lugano, 4–5 July, 2022. URL: <https://www.urc-international.com/conference-materials>.
 2. Treffers, F. (2023). *People, Participation and Processes in Rebuilding Ukraine at a Crossroads*. In: *Design for Resilient Communities. Sustainable Development Goals Series*. P. 177–189. https://doi.org/10.1007/978-3-031-36640-6_13.
 3. Udovyyk, O., Kylymnyk, I., Cuesta-Delgado, D., Salvador, G. P. (2023). Making sense of multi-level and multi-actor governance of recovery in Ukraine. WIDER Working Paper 2023/82. URL: <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/Publications/Working-paper/PDF/wp2023-82-making-sense-multi-level-multi-actor-governance-recovery-Ukraine.pdf>.
 4. Grävingsholt, J., Faust, J., Libman, A., Richter, S., Sasse, G., Stewart, S. (2023). Rebuilding Ukraine: what the international community now needs to consider. IDOS Policy Brief 4/2023. Bonn: IDOS. <https://doi.org/10.23661/ipb4.2023>.
 5. Kvartiuk, V., Curtiss, J. (2019). Participatory rural development without participation: Insights from Ukraine. *Journal of Rural Studies*, Vol. 69, P. 76–86. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.04.002>.
 6. Sushyi, O. (2022). Partysypatyvne prohnouzuvannia: adaptatsiia yevropeiskoho dosvidu do zavdan povoiennoho vidnovlennia Ukrainy [Participatory Forecasting: Adapting the European Experience to the Tasks of Post-War Reconstruction of Ukraine]. *Problemy politychnoi psykholohii = Problems of political psychology*, Vol. 25, P. 142–160. <https://doi.org/10.33120/popp-vol25-year2022-91> [in Ukrainian].
1. Outcome Document of the Ukraine Recovery Conference URC2022 'Lugano Declaration', Lugano, 4–5 July, 2022. *Ukraine Recovery Conference*. 2022. URL: <https://www.urc-international.com/conference-materials>.
 2. Treffers F. *People, Participation and Processes in Rebuilding Ukraine at a Crossroads*. In: *Design for Resilient Communities. Sustainable Development Goals Series*. 2023. P. 177–189. https://doi.org/10.1007/978-3-031-36640-6_13.
 3. Udovyyk O., Kylymnyk I., Cuesta-Delgado D., Salvador G. P. Making sense of multi-level and multi-actor governance of recovery in Ukraine. WIDER Working Paper 2023/82. URL: <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/Publications/Working-paper/PDF/wp2023-82-making-sense-multi-level-multi-actor-governance-recovery-Ukraine.pdf>.
 4. Grävingsholt J., Faust J., Libman A., Richter S., Sasse G., Stewart S. Rebuilding Ukraine: what the international community now needs to consider. IDOS Policy Brief 4/2023. Bonn: IDOS, 2023. <https://doi.org/10.23661/ipb4.2023>.
 5. Kvartiuk V., Curtiss J. Participatory rural development without participation: Insights from Ukraine. *Journal of Rural Studies*. 2019. Vol. 69. P. 76–86. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.04.002>.
 6. Суший О. Партисипативне прогнозування: адаптація європейського досвіду до завдань повоєнного відновлення України. *Проблеми політичної психології*. 2022. Вип. 11(25). С. 142–160. <https://doi.org/10.33120/popp-vol25-year2022-91>.

7. Ruban, D. (2023). Rozvytok mistsevoi demokratii v systemi reformuvannia publicnogo upravlinnia [Development of local democracy in the system of reforming public administration]. *Visnyk Ekonomiky = Herald of Economics*, Vol. 1, P. 153–165, <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.01.153> [in Ukrainian].
7. Рубан Д. Розвиток місцевої демократії в системі реформування публічного управління. *Вісник Економіки*. 2023. № 1. С. 153–165. <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.01.153>.
8. Ben, Ya. (2022). Metodolohiia doslidzhennia mekhanizmiv realizatsii demokratii uchasti v umovakh voiennoho stanu v Ukraini [Methodology for studying the mechanisms of realization of participatory democracy under martial law in Ukraine]. *Ekspert: paradyhmy yurydychnykh nauk i derzhavnoho upravlinnia = Expert: Paradigm of Law and Public Administration*, Vol. 21 (3), P. 143–153, [https://doi.org/10.32689/2617-9660-2022-3\(21\)-143-153](https://doi.org/10.32689/2617-9660-2022-3(21)-143-153) [in Ukrainian].
8. Бень Я. Методологія дослідження механізмів реалізації демократії участі в умовах воєнного стану в Україні. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління*. 2022. № 21(3), P. 143–153. [https://doi.org/10.32689/2617-9660-2022-3\(21\)-143-153](https://doi.org/10.32689/2617-9660-2022-3(21)-143-153).
9. Bedriy, R. (2023). Orhanizatsiino-pravove zabezpechennia mistsevoho ekonomichnoho rozvytku v umovakh viiny v Ukraini [Organizational and legal provision of local economic development in the conditions of war in Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia yurydychna = Visnyk of the Lviv University, Series Law*, Vol. 76, <https://doi.org/10.30970/vla.2023.76.115> [in Ukrainian].
9. Бердій Р. Організаційно-правове забезпечення місцевого економічного розвитку в умовах війни в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія юридична*. 2023. № 76. <https://doi.org/10.30970/vla.2023.76.115>.
10. Bilokinna, I. (2023). Mistseve samovriaduvannia yak skladova "zelenoho" povoiennoho vidnovlennia Ukrainy [Local self-government as a component of "green" post-war recovery of Ukraine]. *Modeling the development of the economic systems*, Vol. 1, P. 62–72, <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-9> [in Ukrainian].
10. Білокінна І. Місцеве самоврядування як складова "зеленого" повоєнного відновлення України. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 1. С. 62–72. <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-9>.
11. Verkhovna Rada of Ukraine (2022). Prohrama kompleksnoho vidnovlennia naselenoho punktu (terytorii) [Program of comprehensive restoration of a settlement (territory)]. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/222083.html> [in Ukrainian].
11. Програма комплексного відновлення населеного пункту (території). *Верховна рада України*. 2022. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/222083.html>.
12. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo zasad derzhavnoi rehionalnoi polityky ta polityky vidnovlennia rehioniv i terytorii: Zakon Ukrainy [On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Principles of State Regional Policy and the Policy of Restoration of Regions and Territories: Law of Ukraine No. 2389-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#Text> [in Ukrainian].
12. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій: Закон України № 2389-IX від 09.07.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#Text>.
13. Pro zatverdzhennia Poriadku rozroblennia, provedennia hromadskoho obhovorennia, pohodzhennia program kompleksnoho vidnovlennia
13. Про затвердження Порядку розроблення, проведення громадського обговорення, погодження програм

- oblasti, terytorii terytorialnoi hromady (ii chastyny) ta vnesennia zmin do nykh [On Approval of the Procedure for Developing, Conducting Public Discussion, Approving Programs for Comprehensive Restoration of the Region, Territory of a Territorial Community (Part Thereof) and Amendments there to: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1159]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1159-2022-п#Text> [in Ukrainian].
14. Pro zatverdzhennia poriadkiv z pytan vidnovlennia ta rozvytku rehioniv i terytorialnykh hromad: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy [On Approval of Procedures for the Restoration and Development of Regions and Territorial Communities: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 731]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/731-2023-п#Text> [in Ukrainian].
15. Ukraine, Sustainable Development through improved Local Governance. *International VNG*. URL: <https://www.vng-international.nl/ukraine-sustainable-development-through-improved-local-governance>.
- комплексного відновлення області, території територіальної громади (її частини) та внесення змін до них: Постанова Кабінету Міністрів України № 1159 від 14.10.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1159-2022-п#Text>.
14. Про затвердження порядків з питань відновлення та розвитку регіонів і територіальних громад: Постанова Кабінету Міністрів України № 731 від 11.08.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/731-2023-п#Text>.
15. Ukraine, Sustainable Development through improved Local Governance. *VNG International*. URL: <https://www.vng-international.nl/ukraine-sustainable-development-through-improved-local-governance>.

УДК 339.138

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.13

Володимир С. Титикало

Національний медичний університет ім. О.О. Богомольця, Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БРЕНДУ КОМПАНІЇ

У статті досліджено сучасні виклики та загрози, що постали перед вітчизняними підприємствами які обумовлені військовими діями на території України, глибокою політичною кризою та такими ж кризовими явищами в економіці, посилення боротьби за клієнта, перенасичення ринків послугами та товарами і зменшення купівельної спроможності споживачів Обгрунтовано дієві механізми розвитку бренду для збільшення конкурентних переваг, та впізнаваності з-поміж інших гравців ринку для позиціонування лідируючих позицій. Досліджено, політику компаній, які вдаються до формування та ефективної реалізації бренд-менеджменту у загальній системі управління підприємством, діагностовано ключові проблеми в управлінні брендами досліджуваної аграрної компанії, сформовано напрями вдосконалення бренд-менеджменту досліджуваного підприємства. Визначено, що управління брендами на сільськогосподарських підприємствах може посилити конкурентоспроможність останніх через надання їм довгострокових конкурентних переваг та вибудову тісних лояльних відносин із споживачем. Тим паче сьогодні значно зростає роль екологізації суспільства, продовольчої безпеки і прагнення людей споживати якісні натуральні продукти харчування, тому роль аграріїв як товаровиробників стратегічно важливої продукції буде посилюватися, а значить необхідно відмежуватися від конкурентів в очах соціуму, виділитися, показати свої кращі сильні сторони й уміло приховати слабкі.

Ключові слова: *інновації; інноваційні стратегії; брендинг; бренд-менеджмент; управління; конкурентні переваги.*

Volodymyr S. Tytykalo

Bogomolets National Medical University, Kyiv, Ukraine

INNOVATIVE PREREQUISITES FOR THE FORMATION OF THE COMPANY'S BRAND DEVELOPMENT STRATEGY

The article examines modern challenges and threats faced by domestic enterprises, which are caused by military actions on the territory of Ukraine, a deep political crisis and the same crisis phenomena in the economy, the strengthening of the fight for the client, the oversaturation of the markets with services and goods and the decrease in the purchasing power of consumers Reasonably effective mechanisms of brand development to increase competitive advantages and recognition among other market players for positioning in leading positions. The policy of companies that resort to the formation and effective implementation of brand management in the general management system of the enterprise was investigated, the key problems in brand management of the studied agricultural company were diagnosed, and directions for improving the brand management of the studied enterprise were formed. It was determined that the management of brands at agricultural enterprises can strengthen the competitiveness of the latter by providing them with long-term competitive advantages and building close loyal relations with the consumer. Moreover, today the role of environmentalization of society, food security and the desire of people to consume high-quality natural food products is growing significantly, therefore the role of farmers as producers of strategically important products will increase, which means that it is necessary to distance yourself from competitors in the eyes of society, stand out, show your best strengths and skillfully hide the weak.

Keywords: innovations; innovative strategies; branding; brand management; management; competitive advantages.

Statement of the problem. The problem of building an effective brand management system at a domestic agricultural enterprise, as well as in other non-agricultural business structures, consists in the concentration of brand managers or branding specialists only on the product or symbolic side of the brand, i.e. under the brand some product of the company is perceived or logos are immediately drawn, naming and colors of the company seal are developed. In no way belittling the importance in brand management of the brand design process itself (packaging, logo, font, corporate style), we would like to note that very little attention is paid by companies to considering the brand as an integral part of the essence of the company – as a brand as organizations and as individuals.

This is especially relevant for companies that produce the same type of product, without any technical features or other application, such as the investigated LLC "AGRO ALLIANCE". On the one hand, it does not make sense to stop activities that participate in the formation of food security of the state and foreign countries, and bring good profits (the activity of the company under study was profitable throughout the analyzed period), on the other hand, such uniformity limits the company in increasing the margin in the formation of these profits, because no one will want to pay more for the same product as a competitor with the same or similar characteristics. Therefore, it is necessary to increase the value of capital due to the creation of additional value, and not necessarily material value. Such value can help to create and constantly increase the brand of the company itself as an image of something different, better, special. That is, it is necessary to form additional value of capital at the expense of conditional brand value, that is, brand capital.

All this requires a strategic vision of the company's development, and today's development is inextricably intertwined with an innovative approach in everything: in management, in conducting business activities, in the use of innovative technologies and solutions. However, buying technology and using it at the enterprise without adequately positioning oneself in the market of goods or services can only lead to a temporary reduction in costs, and eventually to a final decrease in profits. And strategic positioning on the grain market, where the price is dictated by the grain trader, not the producer company (realities of the Ukrainian market) with the desire to obtain greater profits and even surplus profits, is impossible without the growth of the intangible component of the cost of capital. And such growth can be provided by properly functioning brand management.

Analysis of the latest research and publications. An interdependent whole set of signs and qualities of the brand, by which the consumer identifies and distinguishes the brand, is called brand identity. This is the core component that determines the direction of the company's development, outlines the goals and purpose of the brand [9]. There are different approaches, according to which the identity of a particular brand is investigated. According to D. Aaker [2], a brand can be considered as a product, as an organization, as a person and as a symbol.

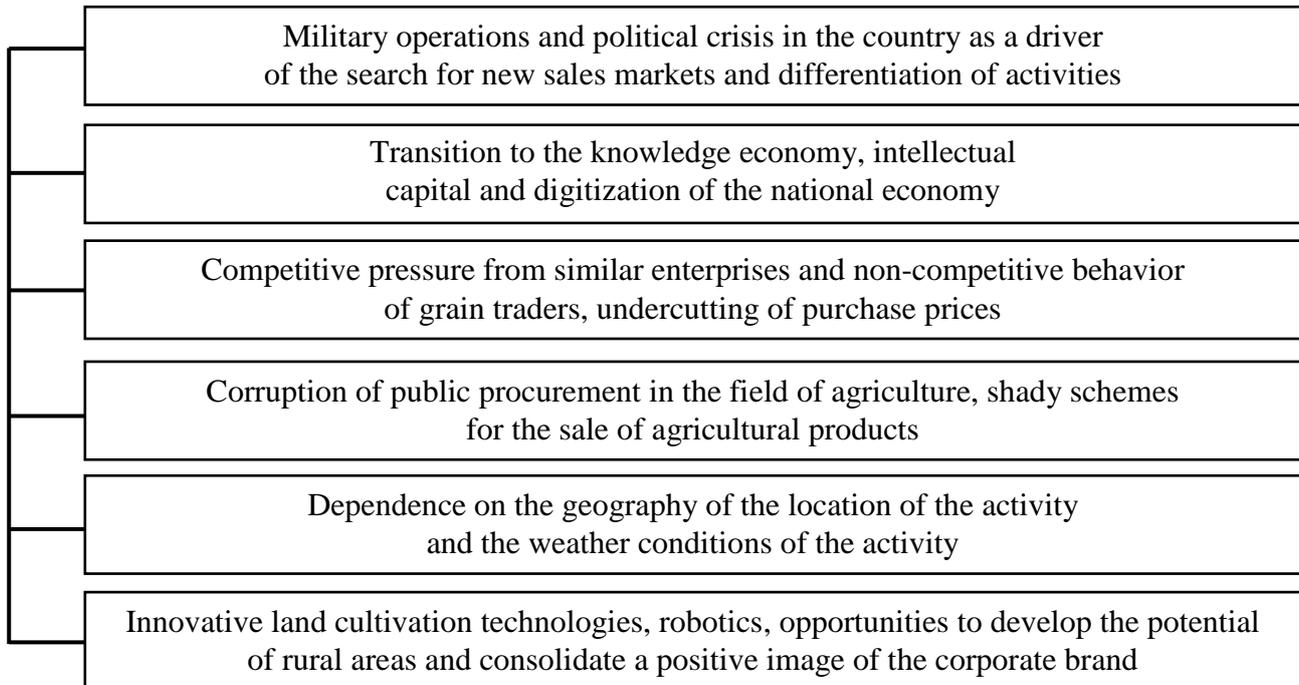
The purpose of the article is research of innovative prerequisites for the formation of the company's brand development strategy.

Outline of the main material. The analysis of ALLIANCE AGRO LLC showed that, in general, even without clearly defined brand management, this company essentially promotes one brand - the brand of itself as a company. That is, an approach to the brand as an organization is appropriate here, or a corporate (mother) brand is meant, and not a product or service brand [9].

For a grain-producing company with the same type of standard products, in order to increase brand equity, it is necessary to either strengthen the corporate brand, which will be associated with the company as such, or differentiate the products produced (bring out new varieties of grain crops – hybrids under its own brand), or engage in business diversification, which is also related to

engaging in new types of activities, or providing new goods and services for the enterprise or the market.

In any case, it is necessary to develop a brand development strategy that would create additional value of the company's capital. The development of such a strategy is determined by a number of factors and processes in the operating environment of ALLIANCE AGRO LLC (Fig. 1).



Source: proposed by the author.

Fig. 1. Innovative prerequisites for the development strategy of the ALLIANCE AGRO brand

Today's realities, related to military actions on the territory of Ukraine, new challenges and threats to the life, health, and general well-being of both individual families and the state as a whole shake up the already turbulent environment to unprecedented proportions and cause a negative effect on the possibility of normal functioning enterprises. Especially their adverse consequences are clearly expressed when an enterprise like "AGRO ALLIANCE" depends on the geographical location and climatic conditions for growing agricultural crops. In any case, these two factors will not allow the company to quickly evacuate its personnel and facilities to a safe place in the event of a threat of occupation. Therefore, it is quite objective for an agricultural company to thoroughly approach the issue of diversifying its activities, so that even in the event of a temporary loss of land resources, it would be possible to implement its activities in another place or with another product.

The first sprouts of business differentiation began with the beginning of the covid-pandemic, when ALLIANCE AGRO LLC began, in addition to the main type of activity, to pay attention to related services, such as the storage of grain and other goods and material values of other economic entities, the rental of its own vehicles and those available in ownership of buildings. However, in today's conditions, this is not enough. It is necessary to increase the client base, reduce the pressure from competitors, draw attention to yourself and your products.

Another prerequisite for the development strategy of the AGRO ALLIANCE brand is the transition to the knowledge economy and digitalization of processes at all levels of economic development. If earlier companies existed only on paper and in reality, now it is impossible to

imagine a company without an informational Internet component: the presence of a website, advertisements, entry into electronic databases as product suppliers, holding video conferences in different parts of the world, robotization of equipment, etc. All this requires new approaches to the positioning of the company and its brands, as well as mastering the digital space and its possibilities.

Another negative factor, on the one hand, and the one that acts as a driving force behind changes in the strategic branding positioning of the company, is the high level of corruption in state purchases of grain, shady schemes between grain traders, and non-competitive pressure on producers of agricultural products. Therefore, the company is forced from time to time to hold products, waiting for more favorable conditions and price opportunities, which causes stagnant turnover processes, sometimes to product losses due to the impossibility or high cost of proper storage. Or you have to sell the products at a lower price, and then the costs of cultivation may be too high compared to the profits. In addition, seasonality and climatic conditions strongly affect the yield level.

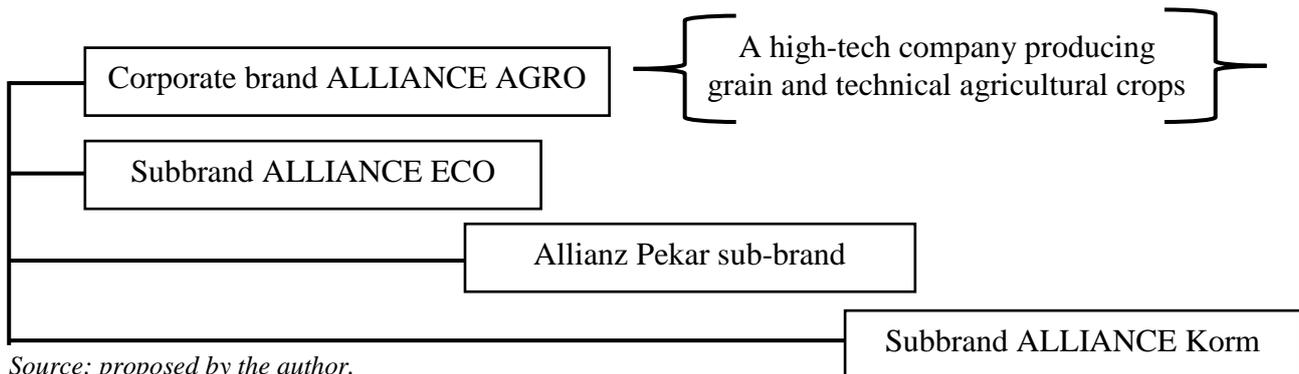
Currently, the only option for circumventing corrupt spheres lies not in the law-making plane (unfortunately), but in the plane of finding new sales channels, using information technologies, developing innovative products, or providing the consumer with products with greater value in his perception (brand formation). This will make it possible, if not to increase the purchase prices, at least to reduce the cost price due to the increase in labor productivity and more technological equipment, an effective tool of which can be a powerful marketing policy with a brand-oriented approach.

Another important factor of innovative approaches in the company's activities, and therefore of the innovative vision of the development of the company's brand strategy, is the problem of the development of villages and rural areas. The main problems here are the lack of highly qualified personnel, low standard of living, underdeveloped infrastructure (compared to big cities), lack of prestige to work on the land, etc. Therefore, when carrying out brand management and promoting trademarks of agricultural products in regional markets, the specifics of developing accents and accents of brand characteristics should be taken into account. The innovativeness of land cultivation technologies and the increase of salaries for workers in rural areas can have a positive effect on the image of the company, contribute to the development of the village, especially due to the aggravation of war troubles and the danger of constant stay in the city due to explosions and damage.

Therefore, the brand development strategy of LLC "ALLIANCE AGRO" should somehow be connected with the promotion of two variants of brand strategies:

1. Strengthening the role and importance, recognition of the ALLIANCE AGRO brand as a high-tech company producing grain and technical agricultural crops of the first class;
2. Differentiation of the company's activities due to the development of new products in another segment of the agro-food regional market, creation of a portfolio of new brands for the company: the brand of ecologically clean products, its own brand of bakery products and the brand of fodder through the establishment of zero-waste production. A possible version of the brand portfolio for ALLIANCE AGRO LLC is proposed in Fig. 2.

Both branding development strategies should be carried out on the basis of the innovative orientation of business processes and the construction of the brand management system of ALLIANCE AGRO LLC, as well as with the help of strengthening the identification of both corporate and future product brands, which consists in creating an ideal identity of the projected and perceived image brand.



Source: proposed by the author.

Fig. 2. Brand portfolio for ALLIANCE AGRO LLC

As for the creation and development of the ALLIANCE AGRO corporate brand, it should be based on changing the company's business model in the direction of increasing brand diversification, which will cause the gradual generation of brand capital, which means the receipt of profits from the intangible component of income generation. If the product can be evaluated by its cost component, then it is extremely difficult to estimate the exact level of additional value for the company due to the existing positive image, but business reputation, which should also be considered as part of brand capital, can just as quickly reduce the company's profits (for example, provocative and negligent behavior in waste management, negative reaction on the part of consumers in case of poor service, reinforced due to brand-oriented perception of the product, etc.).

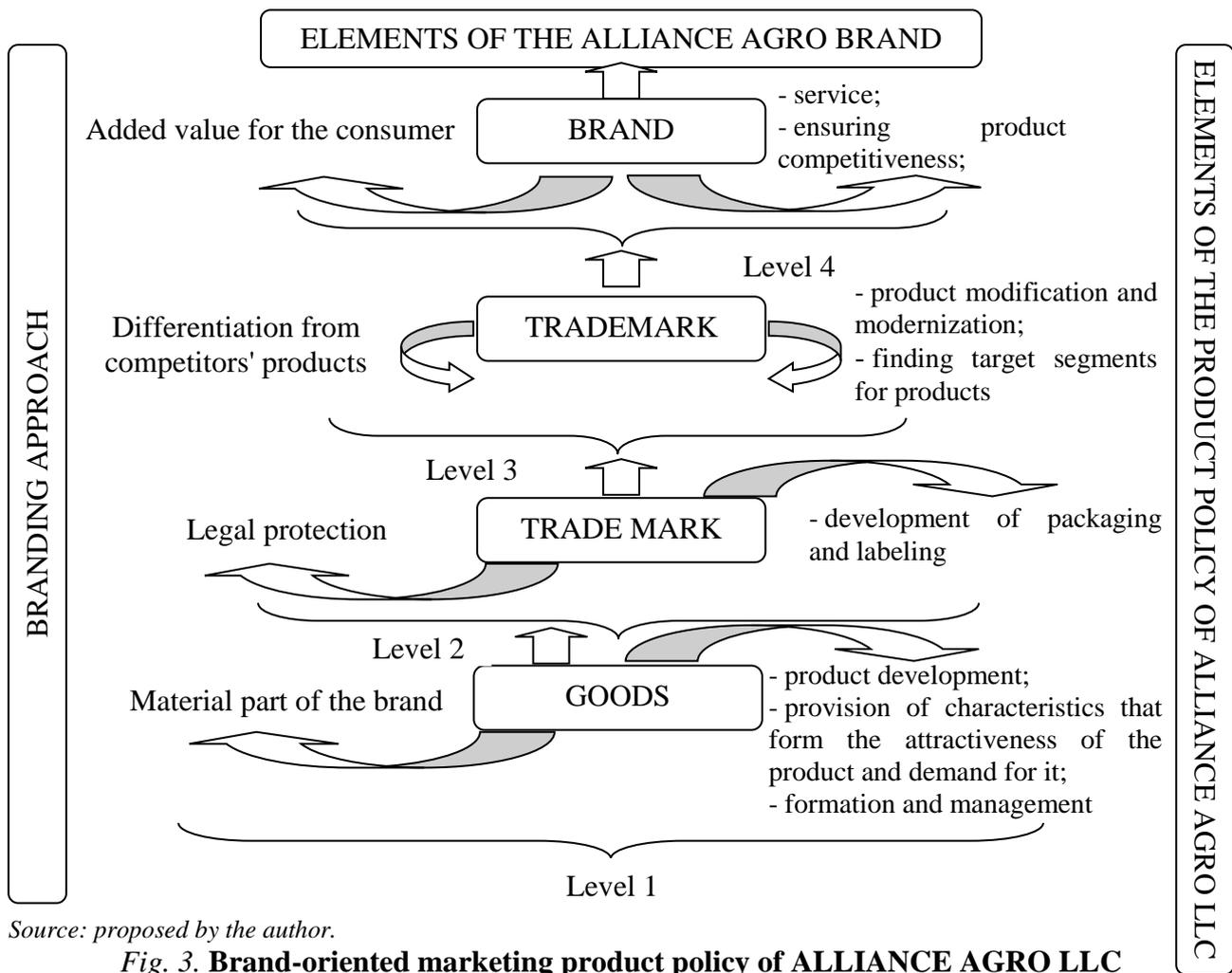
The corporate brand of ALLIANCE AGRO must be combined with an effective product policy, since branding essentially acts as a strategic tool of this policy, and for this it is necessary to carry out numerous measures related to the analysis of the marketing environment and the brand itself. The product development policy acts as a structural basis for comprehensive planning, creation, implementation and evaluation of the brand strategy.

The branding approach to the formation of the product policy of ALLIANCE AGRO LLC should become one of the key elements in the formation of a competitive brand with high value and prospects for further development. The synergy of the ALLIANCE AGRO brand and the product policy of the company under study is shown in fig. 3.

In addition to the corporate brand ALLIANCE AGRO, it is advisable for the company to expand its range of products in the direction of increasing added value. For this, in addition to the development and strengthening of the parent brand, we suggest forming a portfolio of brands that would include new sub-brands, as shown in Fig. 2.

Thus, the sub-brand ALLIANCE ECO includes the offer of pure ecological products in the form of sprouted grain. The Ukrainian market of organic products has not yet been practically developed, the demand for products under the perception of the terms "organic", "eco", "natural" is increasing, since the actual health of a person will always cause associations with the search for natural food and products. "Sprouted grain" as a product offering under the ALLIANCE ECO brand should be positioned for the future consumer as a healing, living food.

A unique commercial offer will be based on its unique composition, because when the germinated grain swells and germinates, this composition enters the active stage. [7] When grains germinate, there is a significant increase in certain vitamins and microelements necessary for humans in a special combination that cannot be obtained by processing ordinary grains. Currently, there are practically no similar products on the regional market (in the Poltava region), so the niche is attractive. A nuance of the cultivation of such products is the certification of confirmation of product quality.



And finally, the sub-brand of the main parent brand ALLIANCE AGRO "ALLIANS Korm" can be included in the general portfolio of brands, since the enterprises have significant residues of by-products of corn from which feed for the livestock sector can be made, realizing the concept of zero-waste production to the maximum. Of course, the company now sells these leftovers, but as raw materials, and not as ready-to-consume goods, so with the right sales strategy, you can also make money from this.

Conclusions. Therefore, the main innovative prerequisites for the formation of the brand development strategy of ALLIANCE AGRO LLC are unpredictable turbulent changes and military threats in the external environment, the desire to survive and maintain their market positions due to technological renewal, strong pressure from price traders who dictate the conditions for purchasing from grain farmers, so the only way to increase profitability in the sector of growing agricultural crops is to find ways to reduce the cost price or to focus on creating additional value for the consumer. Therefore, it is appropriate to use branding for the enterprise under study as an effective strategic tool of the latter's product policy.

The knowledge economy, the strengthening of the intellectual component and innovative prerequisites for business development contribute to greater openness and transparency of its management. Quite often, a situation arises when the business reputation and image of a business entity become more important than the product it produces. Moreover, the ever-increasing pressure from competitors forces companies to implement new ways and methods of capturing and retaining

the consumer's attention. In addition, innovative shifts towards the development of digital technologies, the acceleration of the "obsolescence" of equipment that seemed to be new yesterday, and the efforts of entrepreneurs to create as many competitive advantages as possible contribute to the search for effective ways to grow their capital at the expense of an intangible component.

One of the modern factors of increasing the value of products in the eyes of the buyer is a brand-oriented approach in the management and implementation of brand management at enterprises. Brand management, the main goal of which is the effective promotion and management of company brands in order to increase the company's profitability and recognition, is becoming more and more popular among domestic enterprises, as it makes it possible to increase business activity and competitiveness of the latter.

References

Література

1. Bikulov, D. T., Holovan, O. O., Oliynyk, O. M., Markova, S. V., Sukhareva, K. V., Chkan, A. S. (2020). Brend-menedzhment u sferi zovnishnoekonomichnoi diialnosti: navchalnyy posibnyk dlia zdobuvachiv stupenia vyshchoi osvity bakalavra spetsialnosti "Menedzhment" osvitno-profesiynoi prohramy "Menedzhment zovnishnoekonomichnoi diialnosti" [Brand management in the field of foreign economic activity: a study guide for higher education bachelor's degree holders in the specialty "Management" of the educational and professional program "Management of foreign economic activity"]. Zaporizhzhia: ZNU. 96 p. [in Ukrainian].
1. Бікулов Д. Т., Головань О. О., Олійник О. М., Маркова С. В., Сухарева К. В., Чкан А. С. Бренд-менеджмент у сфері зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності "Менеджмент" освітньо-професійної програми "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності". Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 96 с.
2. Aaker, D. (2013). Brand-leadership: a new concept of branding. 374 p.
2. Aaker D. Brand-leadership: a new concept of branding. 2013. 374 p.
3. Vlasenko, O. O. (2015). Novitni pidkhody do stvorennia novoho brenda ta vyvedennia yoho na rynok [New approaches to creating a new brand and bringing it to market]. *Problemy nauky = Problems of science*, No. 2, P. 39–42 [in Ukrainian].
3. Власенко О. О. Новітні підходи до створення нового бренду та виведення його на ринок. *Проблеми науки*. 2015. № 2. С. 39–42.
4. Laburtseva, O. (2016). Identychnist korporatyvnoho brendu torhovelnykh merezh [Corporate brand identity of retail chains]. *Visnyk KNTEU = Bulletin of KNTEU*, No. 5. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2016/05/5.pdf> [in Ukrainian].
4. Лабурцева О. Ідентичність корпоративного бренду торговельних мереж. *Вісник КНТЕУ*. 2016. № 5. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2016/05/5.pdf>.
5. Khaminich, S. Yu. (2010). Kharakterni osoblyvosti brendynhu na spozhyvchomu rynku Ukrainy [Characteristic features of branding in the consumer market of Ukraine]. URL: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/files/EC210_47.pdf [in Ukrainian].
5. Хамініч С. Ю. Характерні особливості брендингу на споживчому ринку України. URL: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/files/EC210_47.pdf.
6. Brand Positioning: Meaning and Positioning Strategies. URL: <https://www.yourarticlelibrary.com/brand-management/brand-positioning-meaning-and-positioning-strategies/32314>.
6. Brand Positioning: Meaning and Positioning Strategies. URL: <https://www.yourarticlelibrary.com/brand-management/brand-positioning-meaning-and-positioning-strategies/32314>.

7. Vazquez Casielles, R., Alvarez Alvarez, B. (2007). Consumers' characteristics and brand choice behaviour: Loyalty and consumption. *J Target Meas Anal Mark*, Vol. 15, P. 121–131. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5750034>.
8. Walley, K., Cunstance, P., Taylor, S., Lindgreen, A., Hingley, M. (2007). The Importance of Brand in the Industrial Purchase Decision: A Case Study of the UK Tractor Market. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 2, P. 383–393. DOI: 10.1108/08858620710780145.
9. Ganushchak-Efimenko, L., Shcherbak, V., Nifatova, O., Kolodiziev, O., Rębilas, R. (2019). Methodological framework for integrated business structures branding development in Ukraine. *Innovative Marketing*, No. 15 (2), P. 14–29. DOI: 10.21511/im.15(2).2019.02.
10. Hanushchak-Iefimenko, L. M., Shkoda, M. S., Kasumov, T. A. (2023). Monitorynh formuvannia brendynhu tekstyliu ta odiahu na yevropeiskykh rynkakh [Monitoring the formation of textile and clothing branding in European markets]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of Strategic Economic Research*, No. 5 (16), P. 87–100. <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.5.9> [in Ukrainian].
7. Vazquez Casielles R., Alvarez Alvarez B. Consumers' characteristics and brand choice behaviour: Loyalty and consumption. *J Target Meas Anal Mark*. 2007. Vol. 15. P. 121–131. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5750034>.
8. Walley K., Cunstance P., Taylor S., Lindgreen A., Hingley M. The Importance of Brand in the Industrial Purchase Decision: A Case Study of the UK Tractor Market. *Journal of Business and Industrial Marketing*. 2007. Vol. 2. P. 383–393. DOI: 10.1108/08858620710780145.
9. Ganushchak-Efimenko L., Shcherbak V., Nifatova O., Kolodiziev O., Rębilas R. Methodological framework for integrated business structures branding development in Ukraine. *Innovative Marketing*. 2019. No. 15 (2). P. 14–29. DOI:10.21511/im.15(2).2019.02.
10. Ганущак-Єфіменко Л. М., Шкода М. С., Касумов Т. А. Моніторинг формування брендингу текстилю та одягу на європейських ринках. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 5 (16). С. 87–100. <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.5.9>.

УДК 657:004.04

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.14

Ольга М. Бунда, Микола М. Матюха

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найважливіших передумов розвитку глобальної економіки є її цифрова трансформація, основною метою якої є цифровізація усіх бізнес-процесів підприємства. Пріоритетами розвитку цифровізації бізнес-процесів підприємства є цифровізація системи бухгалтерського обліку на підприємстві. Важливими наслідками цифровізації системи бухгалтерського обліку є оперативність та достовірність інформації, що забезпечує досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства. Метою дослідження є розгляд основних особливостей розвитку цифровізації системи бухгалтерського обліку на підприємстві. Основними методами дослідження є: метод спостереження, методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, класифікації, монографічний метод, метод узагальнення. Основні результати дослідження. Розглянуто основні напрями цифровізації, що характеризують зміни у системі бухгалтерському обліку підприємства у сучасних умовах господарювання. Досліджено існуючі технології ведення бухгалтерського обліку: спеціалізовані бухгалтерські програми, ERP-системи управління підприємством, хмарні технології, Blockchain-технології. Систематизовано види програмних рішень системи бухгалтерського обліку підприємства. Охарактеризовано критерії вибору програмного рішення для системи бухгалтерського обліку підприємства. Доведено, що першочерговим завданням постає захищеність системи функціонування програмного рішення від внутрішніх та зовнішніх факторів. Висвітлено необхідність посилення інформаційної безпеки на підприємстві. Визначено елементи захисту програмного рішення для системи бухгалтерського обліку підприємства. Розглянуто взаємну інтеграцію інформаційних управлінських систем за допомогою Application Programming Interface. Досліджено способи вирішення незахищеності резервних копій баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку на підприємстві. Охарактеризовано локальні та хмарні ERP-системи управління підприємством. Виокремлено різні способи застосування Stand-Alone ERP-системи управління підприємством. Наведено види рішень хмарних ERP-систем управління підприємством. Дослідження застосування Blockchain-технологій у системі бухгалтерського обліку на підприємстві.

Ключові слова: *бізнес-процеси; цифровізація; бухгалтерський облік; інформаційні технології; автоматизація; програмні рішення; Blockchain-технології.*

Olga M. Bunda, Mykola M. Matiukha

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

DIGITALIZATION OF THE ACCOUNTING SYSTEM OF THE ENTERPRISE

One of the most important prerequisites for the development of the global economy is its digital transformation, the main goal of which is the digitalization of all business processes of an enterprise. The priorities for the development of the digitalization of business processes of the enterprise are the digitalization of the accounting system at the enterprise. Important consequences of the digitalization of the accounting system are the efficiency and reliability of information, which ensures the achievement of the strategic goals of the company's development. The purpose of the study is to consider the main features of the development of digitalization of the accounting system at the enterprise. The main research methods are: observation method, methods of analysis and synthesis, induction and deduction, classification, monographic method, generalization method. The main results of the study. The main directions of digitalization, which characterize changes in

the accounting system of the enterprise in modern business conditions, are considered. Existing accounting technologies were studied: specialized accounting programs, enterprise management ERP systems, cloud technologies, Blockchain-technologies. The types of software solutions of the accounting system of the enterprise are systematized. The criteria for choosing a software solution for the company's accounting system are characterized. It has been proven that the primary task is the security of the software solution's functioning system against internal and external factors. The need to strengthen information security at the enterprise is highlighted. The protection elements of the software solution for the accounting system of the enterprise are defined. Mutual integration of information management systems with the help of Application Programming Interface is considered. Ways to solve the insecurity of backup copies of databases of the software solution of the accounting system at the enterprise have been investigated. Local and cloud ERP enterprise management systems are characterized. Different ways of using the Stand-Alone ERP enterprise management system are highlighted. The types of solutions of cloud ERP enterprise management systems are presented. Study of the application of Blockchain technologies in the accounting system at the enterprise.

Keywords: *business processes; digitalization; accounting; information technology; automation; software solutions; Blockchain-technologies.*

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світових економічних відносин характеризується цифровою трансформацією суспільства і світової економіки. Це пов'язано з формування інформаційних навичок суспільства, цифровізацією економічних процесів, підвищенням впливу глобалізації та інтеграції на бізнес-процеси підприємств. В таких умовах важливим питанням є цифровізація бізнес процесів підприємства для досягнення ним стратегічних цілей, і, як наслідок, цифровізація системи бухгалтерського обліку підприємства незалежно від його розміру і масштабів господарювання. Тому що в умовах глобальних процесів інтеграції бізнес-процесів з ІТ-середовищем конкурентні переваги, прибутковість діяльності та досягнення поставлених цілей можливе тільки на засадах елементами інноваційного розвитку підприємства. Цифровізація системи бухгалтерського обліку дозволить здійснювати ефективне та оперативне управління діяльністю підприємства та раціонально використовувати усі ресурси для оптимізації бізнес-процесів підприємства.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням цифровізації бізнес-процесів підприємств приділяли увагу такі вчені: С. Безручук, І. Грабчук, Ю. Грибовська, М. Гузь, Д. Калбазов, Ж. Кононенко, Н. Курган, Ю. Лисецький, В. Муравський, Д. Пілевич, Л. Соколенко, Я. Ткаль, О. Шевчук, О. Kravchenko, N. Nebaba, J.O. Aiyedogbon, S. Gökten, V. Özdoğan, інші. Так як інтеграційні процеси цифровізації постійно розвиваються, то цифровізація системи бухгалтерського обліку потребує більш детального вивчення та удосконалення суперечливих питань.

С.Л. Безручук та І.Л. Грабчук розглянули основні концепції впливу цифровізації на якість бухгалтерського обліку [1, с. 69–74]. Також ними визначено напрями змін, які відбуваються у системі бухгалтерському обліку підприємства під впливом цифровізації сучасних економічних процесів. М.М. Гузь, Л.Ф. Соколенко та Я.С. Ткаль дослідили інноваційний потенціал технології блокчейн у сфері бухгалтерського обліку [2, с. 19–25]. В статті Н.В. Курган розглянуто автоматизацію обліку експортної діяльності ІТ-підприємств України, зокрема охарактеризовано ряд сучасних програмних рішень для цифровізації інформаційної бази ІТ-підприємств при здійсненні експорту їх продукції та послуг на міжнародних ринках [3, с. 23–35]. Ю. Грибовська та Ж. Кононенко висвітлили застосування інформаційних систем в управлінні підприємством, зокрема особливості при впровадженні і використанні інформаційних систем для вирішенні завдань обліку та управління

підприємством [4]. Ю. Лисецький та Д. Калбазов дослідили інформаційну безпеку корпоративних баз даних [5, с. 31–37]. Н.В. Курган обґрунтувала вибір ERP-рішення для цифровізації систем обліку, аналізу та управління на підприємствах [8, с. 238–249]. Д.С. Пілевич розглянув теоретико-прикладні засади використання в бухгалтерському обліку [9, с. 267–274]. S. Gökten та B. Özdoğan дослідили вплив Blockchain-технології на бухгалтерські програми та розглянули стратегії цифрового бізнесу за допомогою Blockchain-технології [10, с. 425–438]. O. Kravchenko, N. Nebaba та J.O. Aiyedogbon розглянули застосування Blockchain-технології в обліку [11, с. 14–29]. О. Шевчук та В. Муравський охарактеризували технологію блокчейн та електронні трансакції в обліку [12, с. 212–237].

Мета дослідження. Дослідити основні особливості розвитку цифровізації системи бухгалтерського обліку на підприємстві.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Для ефективного управління бізнес-процесами підприємства необхідно сформувати ефективну систему інформаційного забезпечення, основою якої є система бухгалтерського обліку підприємства. Цифровізація системи бухгалтерського обліку суттєво вплине на оперативність та достовірність інформації, що забезпечить досягнення поставлених цілей розвитку підприємства

С.Л. Безручук та І.Л. Грабчук охарактеризували основні напрями цифровізації, які окреслюють зміни у системі бухгалтерському обліку підприємства у сучасних умовах господарювання [1, с. 70–71] (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями цифровізації системи бухгалтерського обліку підприємства

Напрями цифровізації системи бухгалтерського обліку підприємства	
Цифровізація практики ведення обліку, технології і методології отримання і надання інформації	Цифровізація взаємодії між зацікавленими сторонами, зменшення інформаційної асиметрії
Цифровізація в об'єктах бухгалтерського обліку: трансформація існуючих, поява нових	лення якісних характеристик облікової інформації (своєчасності, прозорості, достовірності), поява нових функцій обліку

Джерело: систематизовано авторами за даними [1, с. 70–71].

Напрями цифровізації облікових процедур в системі управління підприємством:

1. Цифровізація практики здійснення облікових процедур, технологічних і методологічних аспектів отримання і обробки релевантної інформації.

2. Цифровізація взаємодії в процесі отримання і обробки релевантної інформації між зацікавленими сторонами, виявлення невідповідності даних у їх системах бухгалтерського обліку.

3. Цифровізація в об'єктах бухгалтерського обліку: трансформація існуючих об'єктів в залежності від виду діяльності підприємства, поява нових – наприклад використання нематеріальних цифрових об'єктів, тощо.

4. Цифровізація щодо посилення якісних характеристик обліково-аналітичної інформації, а саме: своєчасності, достовірності та прозорості, тощо; формування нових функцій обліку.

М.М. Гузь, Л.Ф. Соколенко та Я.С. Ткаль охарактеризували існуючі технології ведення бухгалтерського обліку [2, с. 21]: електронні таблиці Excel, спеціалізовані бухгалтерські програми (Дебет плюс, BAS Бухгалтерія тощо), ERP-системи управління підприємством, хмарні технології, блокчейн технології.

Електронні таблиці Excel дозволяють систематизувати облікову інформацію за визначеними ознаками, здійснюється формування виокремленої інформації для

оперативного управління, створення таблиць з підсумковою інформацією, систематизація інформації з кількох файлів в один, тощо

Використання спеціалізованих бухгалтерських програм передбачає введення і обробку первинної інформації в облікових документах, журналу господарських операцій підприємства, формування необхідних звітів на основі інформації системи бухгалтерського обліку, зокрема управлінських звітів, фінансових звітів, тощо. Перевагами спеціалізованих бухгалтерських програм є те, що вони можуть адаптовані для потреб управління і враховувати особливості діяльності конкретного підприємства.

Виділяють два види програмних рішень системи бухгалтерського обліку підприємства: компонентні та комплексні (табл. 2).

Таблиця 2

Види програмних рішень системи бухгалтерського обліку підприємства

Види програмних рішень системи бухгалтерського обліку підприємства	
Компонентні програмні рішення	Комплексні програмні рішення
«Облік Saas», «BookKeeper», «ДебетПлюс», інші	«BAS: Бухгалтерія», «iBuh.Online», «ISpro», інші

Джерело: систематизовано авторами за даними [3, с. 25].

Компонентні програмні рішення у системі бухгалтерського обліку це єдина програма із обмеженим набором необхідних функцій. До компонентних програмних рішень у системі бухгалтерського обліку відносять «Облік Saas», «BookKeeper», «ДебетПлюс» [3, с. 25]. Комплексні програмні рішення у системі бухгалтерського обліку складаються з додатків-компонентів. До комплексних програмних рішень у системі бухгалтерського обліку відносять: «BAS: Бухгалтерія», «ISpro», «iBuh.Online»). Варто зауважити, що деякі програмні рішення можуть бути розроблені, як повноцінні ERP-системи, тобто містити модулі щодо планування та управління діяльністю підприємства, а деякі програмні рішення застосовуються для вирішення вузькоспеціалізованих завдань фінансового, управлінського чи податкового обліку, тощо.

Ю. Грибовська та Ж. Кононенко виділяють основні критерії вибору програмного рішення у системі бухгалтерського обліку підприємства (табл. 3).

Таблиця 3

Критерії вибору програмного рішення для системи бухгалтерського обліку підприємства

Критерії вибору програмного рішення для системи бухгалтерського обліку підприємства	
Базовий функціонал програмного рішення	Оперативність відображення змін чинного законодавства у програмному рішенні
Зручність інтерфейсу програмного рішення	Наявність методичних довідників щодо роботи з програмним рішенням
Технічна підтримка і можливість коригування модулів при необхідності	Можливість експорту-імпорту даних з іншими програмними рішеннями
Захищеність системи від внутрішніх користувачів та зовнішніх факторів	Масштабність
Вартість програмного рішення	Порядок ліцензування програмного рішення

Джерело: систематизовано авторами за даними [4].

Базовий функціонал програмного рішення дозволяє визначити основні завдання, які будуть реалізовані за допомогою програмного рішення у системі бухгалтерського обліку

підприємства. Необхідність внесення змін чинного законодавства зумовлює потребу в оперативному відображенні таких змін в програмному рішенні з метою формування достовірної управлінської та фінансової звітності підприємства. Зручність інтерфейсу програмного рішення є безперечною перевагою для користувачів, тому розробники приділяють достатньо уваги саме цьому критерію. Наявність методичних довідників щодо роботи з програмним рішенням суттєво полегшує процес використання програмного рішення на підприємстві і сприяє підвищенню кваліфікації персоналу. При застосуванні програмного рішення важливим є технічна підтримка і можливість коригування модулів при необхідності. Ще однією з переваг програмного рішення є можливість обміну цифрових даних з іншими програмними рішеннями.

В умовах сьогодення необхідно приділяти увагу інформаційній безпеці, тому першочерговим завданням постає захищеність системи функціонування програмного рішення від внутрішніх та зовнішніх факторів.

Ю. Лисецький та Д. Калбазов зазначають, що важливим питанням для економічної безпеки підприємства є захист корпоративних баз даних та інформації в них (Database Security) [5, с. 34].

Елементи (компоненти) захисту баз даних програмного рішення для системи бухгалтерського обліку підприємства систематизовано у табл. 4.

Таблиця 4

**Елементи захисту програмного рішення для системи
бухгалтерського обліку підприємства**

Елементи захисту програмного рішення для системи бухгалтерського обліку підприємства	
Фізичний захист баз даних програмного рішення	Захист продуктивності баз даних програмного рішення та їх моніторинг
Захист даних програмного рішення від знищення, пошкодження	Контроль доступу до баз даних програмного рішення
Захист даних програмного рішення від несанкціонованого коригування	Облік нових баз даних, які з'являються в інфраструктурі

Джерело: систематизовано авторами за даними [5, с. 34].

Ефективне функціонування діяльності підприємства передбачає надання доступу різним типам користувачам до баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку підприємства. Тому важливо здійснювати постійний моніторинг такого доступу і чітко встановити права і можливості кожного типу користувачів і способи отримання такої інформації.

Найчисленнішою категорією користувачів є внутрішні користувачі – працівники підприємства, які мають безпосередній доступ до баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку підприємства. Внутрішні користувачі можуть мати доступ до баз даних як безпосередньо, так і через сторонні додатки. Якщо внутрішні користувачі зазвичай мають певні обмеження у доступі до різного типу інформації, то системні адміністратори, навпаки, мають практично повні права доступу. Тому обов'язково застосовують систему контролю за діями системних адміністраторів, наприклад використання паролів доступу, видачі або видалення прав доступу до інформації щодо бізнес-процесів підприємства

Також можливо надавати доступ підрядникам та партнерам, замовникам, яким доступ до баз даних надається для оформлення замовлення, самообслуговування on-line чи тестування нового програмного забезпечення, тощо.

Необхідно звернути увагу на комунікацію між технологічними системами – для коректності функціонування мобільних додатків, on-line сервісів, тощо. Коли важлива

взаємна інтеграція інформаційних управлінських систем, тоді використовується API (Application Programming Interface). API забезпечує інтеграцію технологічних систем програмних рішень системи бухгалтерського обліку та інших додатків – наприклад інтеграція інтернет-магазину зі програмою обліку запасів на складі, мобільних додатків із системою систематизації замовлень, тощо.

Масштабність використовується при систематизації однотипних облікових процесів та узагальненні різнопланової управлінської інформації бізнес-процесів підприємства. Вартість програмного рішення є вагомим критерієм при виборі програмного рішення враховуючи співвідношення між вартістю програмного рішення і економічною ефективністю його використання для підприємства.

Перевагами ліцензійного програмного рішення є регулярні оновлення програмного рішення, його функціоналу. Розробка нових функцій і можливостей програмного рішення дозволяють значно розширити можливості користувачів на підприємстві, посилюється захист зберігання, обробки і передачі конфіденційних даних щодо бізнес процесів підприємства. Також програмні рішення будуть працювати коректно і збільшується функціональність та продуктивність використання наявних технічних засобів підприємства.

Також доцільним буде на підприємстві впровадження процесу створення резервних копій баз даних системи бухгалтерського обліку із можливістю перевірки цілісності резервних копій та захисту їх збереження і недопущення несанкціонованого доступу до такої інформації.

Якщо захисту оперативної інформації баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку приділяється більша увага, то часто резервні копії залишаються не захищеними від викрадення, знищення чи внесення несанкціонованих змін. Саме низький рівень захищеності резервних копій баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку створює високий рівень ризику інформаційної безпеки діяльності підприємства в цілому.

Тут визначають два способи вирішення незахищеності резервних копій баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку: зберігання інформації даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку в зашифрованому вигляді; відстеження та чітка регламентація отримання доступу до баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку та їх резервних копій.

Ще однією перевагою використання ліцензійного програмного рішення є те, що часто бази даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку незахищені в результаті некоректного налаштування. Ліцензійні оновлення програмного рішення спрямовані на усунення програмних дефектів та відстеження системних облікових записів та конфігураційних параметрів за замовчуванням, які можна використати для несанкціонованого доступу до баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку.

Використання Imperva DBS [6] та Imperva WAF [7] є ще одним способом захисту баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку на підприємстві. Imperva DBS та Imperva WAF – це спеціалізовані програмно-апаратні комплекси, розроблені безпосередньо для захисту баз даних. Застосування таких комплексів допомагає вирішувати завдання щодо захисту баз даних програмного рішення системи бухгалтерського обліку і забезпечує повний контроль їх використання в інформаційній системі підприємства [5, с. 31].

Ще одним сучасним напрямом отримання, обробки, систематизації і зберігання даних системи бухгалтерського обліку є ERP-системи управління підприємством.

ERP-системи управління підприємством найчастіше використовуються в умовах складного технологічного виробничого процесу, при формуванні або наявності розгалуженої

мережі філіалів та виробничих потужностей, при виробництві широкого асортименту готової продукції.

Н.В. Курган зазначає, що ERP-система являє собою програмний продукт, завданням якого є реалізація стратегії управління ресурсами підприємства, яка спрямована на оптимізацію та економію витрачання ресурсів у бізнес-процесах [8, с. 242].

Архітектура програмного забезпечення ERP-системи управління підприємством формується за модульним принципом організації – спочатку розробляється платформа системи, а потім додаткові функціональні модулі.

Основною перевагою застосування ERP-систем є формування оптимізаційних бізнес-процесів підприємства за допомогою автоматизації цих процесів, аналітичної обробки і систематизації інформації та пошуку нетипових кореляційних зв'язків між даними.

Виділяють локальні та хмарні ERP-системи управління підприємством.

Локальні ERP-системи управління підприємством організуються за технологією Stand-Alone. Особливістю Stand-Alone ERP-систем управління підприємством є те, що вони розміщені на власних або орендованих серверах підприємства. Контроль і їх обслуговування здійснюється найманими працівниками або постачальниками послуг даного підприємства. Існують різні способи застосування Stand-Alone ERP-системи управління підприємством: розробка індивідуальної ERP-системи управління, що буде враховувати усі особливості бізнес-процесів підприємства; інтеграція до наявної платформи ERP-системи управління різних модулів від стандартизованих ERP-систем інших розробників; використання стандартизованої ліцензійної платформи ERP-системи управління разом із відповідними функціональними модулями.

Хмарні ERP-системи управління підприємством є сучасним напрямом автоматизації системи бухгалтерського обліку. Основними перевагами хмарних ERP-систем управління підприємством є відсутність початкових інвестицій, відсутність обмежень у користувачах, зручність в доступі.

Види хмарних ERP-системи управління підприємством систематизовано у таблиці 5.

Таблиця 5

Види рішень хмарних ERP-систем управління підприємством

Види рішень хмарних ERP-систем управління підприємством		
Infrastructure as a Service	IaaS-рішення	підприємство отримує у розпорядження хмарні процесори, пам'ять, мережі, на базі яких власними силами створює сервери-маршрутизатори та налаштовує індивідуальну топологію ERP-системи
Platform as a Service	PaaS-рішення	підприємство отримує платформу (framework) та набори готових компонентів для самостійного створення додатків (функціональних модулів ERP-системи), їх адміністрування та користування
Software as a Service	SaaS-рішення	підприємству надається вже розроблена ERP-система з мінімальною необхідністю налаштування; адміністрування здійснює вендор (постачальник послуги)

Джерело: систематизовано авторами за даними [8, с. 244].

Основною перевагою Blockchain-технологій є можливість здійснення захищеного обміну даними, що дозволяє прискорити документообіг під час підписання договорів у різних сферах.

Д.С. Пілевич зазначає, що вказує, що найбільш перспективним напрямом розвитку системи бухгалтерського обліку є застосування Blockchain-технології, BigData та штучного інтелекту.

2. Huz, M. M., Sokolenko, L. F., Tkal, Ya. S. (2023). Innovatsiyni potentsial tekhnologii blokchein u bukhhalterskomu obliku [Innovative potential of blockchain technology in accounting]. *Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience*, № 2, P. 19–25 [in Ukrainian].
3. Kurhan, N. V. (2023). Avtomatyzatsiia obliku eksportnoi diialnosti IT-pidpriemstv Ukrainy [Automation of accounting for export activities of IT enterprises of Ukraine]. *Ekonomichni zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu = Economic Journal of Odessa Polytechnic University*, № 1(23), P. 23–35 [in Ukrainian].
4. Hrybovska, Yu., Kononenko, Zh. (2023). Zastosuvannya informatsiinykh system v upravlinni pidpriemstvom [Application of information systems in enterprise management]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, Vol. 476 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-84> [in Ukrainian].
5. Lysetskyi, Yu., Kalbazov, D. (2023). Informatsiina bezpeka korporativnykh baz danykh [Information security of corporate databases]. *Matematychni mashyny i systemy = Mathematical machines and systems*, No. 3. URL: http://www.immsp.kiev.ua/publications/articles/2023/2023_3/03_23_Lysetskiy.pdf [in Ukrainian].
6. Imperva Web Application Firewall (WAF). App & API Protection. URL: <https://www.imperva.com/products/web-application-firewall-waf/>
7. Imperva Database Security. URL: <https://www.imperva.com/resources/datasheets/Imperva-Database-Security-Datasheet-2020.pdf>.
8. Kurhan, N. V. (2020). Obgruntuвання вибору ERP-рішення для цифровізації обліку, аналізу та управління на підприємстві України [Justification of the choice of an ERP solution for digitalization of accounting, analysis and management at a Ukrainian enterprise]. *Ekonomichni visnyk NTUU "KPI" = Economic bulletin of NTUU "KPI"*, No. 17, P. 238–249. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216359/216454> [in Ukrainian].
9. Pilevych, D. S. (2020). Teoretyko-prykladni zasady vykorystannia Vlockchain-tekhnologii v bukhhalterskomu obliku [Theoretical and applied principles of using Blockchain technology in accounting]. *Problemy ekonomiky = Problems of the*
2. Гузь М. М., Соколенко Л. Ф., Ткаль Я. С. Інноваційний потенціал технології блокчейн у бухгалтерському обліку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 2. С. 19–25.
3. Курган Н. В. Автоматизація обліку експортної діяльності IT-підприємств України. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. № 1 (23). С. 23–35.
4. Грибовська Ю., Кононенко Ж. Застосування інформаційних систем в управлінні підприємством. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-84>.
5. Лисецький Ю., Калбазов Д. Інформаційна безпека корпоративних баз даних. *Математичні машини і системи*. 2023. № 3. URL: http://www.immsp.kiev.ua/publications/articles/2023/2023_3/03_23_Lysetskiy.pdf.
6. App & API Protection. *Imperva Web Application Firewall (WAF)*. URL: <https://www.imperva.com/products/web-application-firewall-waf/>.
7. Imperva Database Security. URL: <https://www.imperva.com/resources/datasheets/Imperva-DatabaseSecurity-Datasheet-2020.pdf>.
8. Курган Н.В. Обґрунтування вибору ERP-рішення для цифровізації обліку, аналізу та управління на підприємстві України. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*. 2020. № 17. С. 238–249. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216359/216454>.
9. Пілевич Д. С. Теоретико-прикладні засади використання Blockchain-технології в бухгалтерському обліку. *Проблеми економіки*. 2020. № 1. С. 267–274. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222->

- economy*, Vol. 1, P. 267–274, DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-267-274> [in Ukrainian].
10. Gökten, S., Özdoğan, B. (2020). The Doors Are Opening for the New Pedigree: A Futuristic View for the Effects of Blockchain Technology on Accounting Applications. *Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems Transformational Design and Future of Global Business*. Springer International Publishing, 2020. P. 425–438 [in English].
11. Kravchenko, O., Nebaba, N., Aiyedogbon, J. (2023). Blockchain Technologies in Accounting: Bibliometric Analysis. *Accounting and Financial Control*, No. 4, P. 14–29, DOI: [https://doi.org/10.21511/afc.04\(1\).2023.02](https://doi.org/10.21511/afc.04(1).2023.02).
12. Shevchuk, O., Muravskyi, V. (2023). Blokchein ta elektronni transaktsii v obliku [Blockchain and electronic transactions in accounting]. *Visnyk ekonomiky = Herald of Economics*, Vol. 3, P. 212–237, DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.03.212> [in Ukrainian].
- 0712-2020-1-267-274.
10. Gökten S., Özdoğan B. The Doors Are Opening for the New Pedigree: A Futuristic View for the Effects of Blockchain Technology on Accounting Applications. *Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems Transformational Design and Future of Global Business*. Springer International Publishing, 2020. P. 425–438.
11. Kravchenko O., Nebaba N., Aiyedogbon J. Blockchain Technologies in Accounting: Bibliometric Analysis. *Accounting and Financial Control*. 2023. No. 4. P. 14–29. DOI: [https://doi.org/10.21511/afc.04\(1\).2023.02](https://doi.org/10.21511/afc.04(1).2023.02).
12. Шевчук О., Муравський В. Блокчейн та електронні транзакції в обліку. *Вісник Економіки*. 2023. Вип. 3. С. 212–237. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.03.212>.

УДК 339.138:631.1](045)

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.15

Олександра А. Войтенко, Жанна М. Жигалкевич

*Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського», Україна*

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ
НА РИНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

У статті розкрито поняття «новий товар». Було детально досліджено найбільш вживані класифікації нового товару та їх переваги. Ґрунтовне дослідження наукових підходів виведення нового товару на ринок допомогло зрозуміти сутність процесу «виведення». Робота уцілому присвячена маркетинговому дослідженню виведення органічної соняшникової олії на ринок органічної соняшникової олії, зокрема для вітчизняного підприємства. Були сформувані пошукові питання, що пов'язані з аналізом ринку органічної соняшникової олії в Україні, аналізом головних конкурентів та аналізом поведінки споживача. Поглиблений аналіз стану ринку сільськогосподарської продукції дозволив визначити основні проблеми та тенденції. Ретельне дослідження ринку органічної сільськогосподарської продукції показало, що Україна є одним з лікуючих експортерів на даному ринку у світі. Виявлено основні принципи органічного землеробства. Об'ємно розглянутий попит та пропозицію на органічні сільськогосподарські товари. Розгорнутий аналіз впливу законодавчих дій з боку держави окреслив бар'єри входу на ринок, а саме: створення реєстру органічних виробників з необхідною сертифікацією та відкриття ринку землі. Також оглянуто підвищення цін на логістику, залежність від врожайності, дотації від держави, залежність від розміщення промислових підприємств тощо та їх вплив на діяльність органічних операторів. Задля вирішення маркетингової управлінської проблеми виведення нового товару на ринок було проведено маркетингове дослідження. Здійснено ринок органічної олії, визначено головних конкурентів на ринку та досліджено поведінку споживачів. Отримані результати кабінетного дослідження показали, що Україна є лідером щодо експорту традиційної соняшникової олії у світі. Було визначено трьох головних конкурентів та надана інформація по їх діяльності. Всебічно досліджена поведінка споживачів методом глибинних інтерв'ю. Було отримано інсайди, сформуований перелік факторів за якими споживачі обирають постачальника та описаний процес прийняття рішення про покупку органічної соняшникової олії.

Ключові слова: *новий товар; виведення нового товару; маркетингові дослідження; сільськогосподарський ринок; ринок органічної продукції; конкуренти; пошукові питання; можливості та загрози.*

Oleksandra A. Voitenko, Zhanna M. Zhygalkevych

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Ukraine

**MARKETING RESEARCH INTRODUCING NEW GOODS
TO THE AGRICULTURAL PRODUCT MARKET**

The article explains the concept of "new product". The most used classifications of the new product and their advantages were studied in detail. An in-depth study of the scientific approaches to bringing a new product to the market helped to understand the essence of the "removal" process. The work is entirely devoted to the marketing research of the introduction of organic sunflower oil to the market of organic sunflower oil, in particular for a domestic enterprise. Search questions related to the analysis of the organic sunflower oil market in Ukraine, the analysis of the main competitors and the analysis of consumer behavior were formed. An in-depth analysis of the state of the agricultural products market made it possible to identify the main problems and trends. A

careful study of the market of organic agricultural products showed that Ukraine is one of the leading exporters in this market in the world. The main principles of organic farming have been revealed. The supply and demand for organic agricultural products is comprehensively considered. A detailed analysis of the impact of legislative actions by the state outlined the barriers to entering the market, namely: the creation of a register of organic producers with the necessary certification and the opening of the land market. The increase in prices for logistics, dependence on yield, subsidies from the state, dependence on the location of industrial enterprises, etc. and their impact on the activities of organic operators are also reviewed. In order to solve the marketing management problem of introducing a new product to the market, a marketing study was conducted. The market of organic oil was carried out, the main competitors in the market were determined and consumer behavior was studied. The obtained results of the cabinet study showed that Ukraine is the leader in the export of traditional sunflower oil in the world. Three main competitors were identified and information on their activities was provided. Consumer behavior was comprehensively investigated by the method of in-depth interviews. Insiders were obtained, a list of factors by which consumers choose a supplier was formed, and the process of making a decision to buy organic sunflower oil was described.

Keywords: *new product; new product launch; marketing research; agricultural market; organic market; competitors; search questions; opportunities and threats.*

Постановка проблеми. Агропромисловий сектор в Україні відіграє одну з головних ролей у функціонуванні вітчизняної економіки. Однією з провідних галузей нині є саме органічне землеробство та виробництво органічної продукції. Українські сільськогосподарські підприємства ведуть активну експортну діяльність органічної продукції по всьому світі. Головною проблемою ринку є фокусування на продажі в більшості сировини закордон, а не продукції переробки. Тим самим підприємства втрачають вагому частку прибутку через нижчу додану вартість. Переосмислення підходу до діяльності з акцентом на переробну діяльність окреслює проблему у виведенні нових товарів на ринок сідбсбклшлсподаської продукції.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Поняття «новий товар» розпочали активно вживати на початку 20 ст. у період індустріалізації та поширення концепції масового виробництва. Але в сучасному маркетинговому середовищі «новий товар» не втратило своєї актуальності.

Теодор Левітт у 1965 році запропонував концепцію життєвого циклу товару, де поняття «новий товар – це той продукт або послуга, які вперше виходять на певний ринок» [1]. Філіп Котлер та Гарі Армстронг визначили, що «новий товар – це продукт або послуга, які деякі потенційні споживачі сприймають як нові» [2]. У 1983 році вчені Жан-Марі ШофFRE та Франсуаза Дорі запропонували класифікацію нових товарів, яка базується на змінах фізичних характеристиках нового товару та тими, які сприймають споживачі [3]. Українська вчена-маркетологиня Л.М. Шульгіна запропонувала три підходи до визначення «новий товар», зокрема: це кінцевий результат творчого пошуку, що суттєво поліпшує розв'язання будь-якої проблеми споживача або вирішує цілком нову проблему»; це новий запропонований ринку товар, що відрізняється від існуючих товарів аналогічного призначення певною зміною споживчих властивостей»; це виріб, який задовольняє нові потреби споживачів або існуючі наякісно вищому рівні» [4].

Попри суттєву кількість досліджень сутності ноого товару та виводу його на ринок, все ще залишаються недостатньо вивченими методологічні та практичні аспекти щодо виводу нового товару на ринок сільськогосподарської продукції.

Мета дослідження. Метою поданої статті є дослідження теоретико-методологічних основ та розробка практичних рекомендацій щодо виведення нового товару на ринок сільськогосподарської продукції.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Поглиблені вивчення поняття «новий товар» стали підставою для наступних висновків:

– по-перше, це може бути новий продукт або послуга, які вперше надаються на ринку або які представляють інновацію в порівнянні з існуючими аналогами. Новий товар може бути результатом нових технологій, досліджень та розробок може виходити на ринок з метою задоволення нових або існуючих потреб споживачів;

– по-друге, поняття "новий товар" також може відноситися до підходу з маркетингу, де старий товар або послуга можуть бути відновлені або переосмислені для цільового сегменту ринку, що допомагає збільшити їхню привабливість та конкурентоспроможність.

Основними перевагами виведення нового товару на ринок для підприємства та економічного розвитку загалом можуть бути такі:

1. *Збільшення прибутковості.* Нові товари можуть створювати додаткові джерела прибутку для підприємства. Це дозволяє збільшити обсяги продажу та доходи, що приносить товар на ринку.

2. *Конкурентна перевага.* Випуск нового товару може допомогти вирізнитися серед конкурентів і отримати перевагу на ринку.

3. *Залучення нових клієнтів.* Новий товар може привертати нових клієнтів і розширювати аудиторію.

4. *Підвищення обсягів продажів і ринкової частки.* Введення нового товару може допомогти підприємству збільшити свою ринкову частку, особливо якщо товар відповідає попиту споживачів і має конкурентні переваги.

5. *Імідж та бренд.* Новий товар може покращити імідж бренду, доводячи, що підприємство інноваційне і завжди працює над розвитком нових рішень для клієнтів;

6. *Розвиток інновацій.* Процес створення нових товарів стимулює дослідження і розробку, що може призвести до виникнення інноваційних рішень і нових технологій.

7. *Ресурсоощадність.* Введення нового товару на ринок може збільшити використання виробничих потужностей і оптимізувати виробничі процеси, що призводить до зниження витрат на виробництво та підвищення ефективності.

8. *Задоволення потреб споживачів.* Введення нового товару може відповідати новим потребам та бажанням споживачів, що сприяє їхньому задоволенню та лояльності до бренду.

9. *Розширення географії продажів.* Новий товар може відкрити двері до нових ринків або географічних регіонів, де попередні продукти компанії не були представлені.

10. *Зменшення залежності від одного продукту або ринку.* Розширення асортименту товарів може зменшити фінансовий ризик, пов'язаний з залежністю від одного продукту або ринку.

11. *Адаптація до змін у ринкових умовах.* Нові товари можуть допомогти підприємству швидше адаптуватися до змін у ринкових умовах, таких як зміни в законодавстві, технологіях або споживчих перевагах.

Отже, в усіх випадках, виведення нового товару на ринок може мати велике значення для підприємства, приводячи до зростання прибутку, розширення бізнесу та підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Маркетингові дослідження є базовим елементом у побудові ефективної маркетингової програми виведення нового товару на ринок. Аналіз ринку, конкурентів, потреб і поведінки споживачів, а також визначення потенційних можливостей та загроз включають зазначені дослідження і дають підстави прийняття рішення щодо виведення нового товару на ринок.

Подане дослідження присвячено вивченню питання виведення органічної соняшникової олії на ринок органічної соняшникової олії, зокрема для вітчизняного підприємства – ТОВ «ЕКО ВАМ АГРО». Основними складовими дослідження визначено наступні напрями:

- об’єкт дослідження – український ринок органічної соняшникової олії;
- суб’єкти дослідження – цільові споживачі (підприємства харчової, косметичної промисловості, трейдери), конкуренти (виробники органічної соняшникової олії);
- предмет дослідження – маркетингова програма виведення органічної соняшникової олії на ринок України;
- границі дослідження – вересень-жовтень 2023 року, Україна (окрім тимчасово окупованих територій)
- ціль дослідження – отримати глибоке розуміння про новий ринок та конкурентів, поведінкових патернів, очікувань та потреб промислових споживачів органічної соняшникової олії.

До завдань досліджень віднесено:

1. Аналіз ринку органічної соняшникової олії в Україні;
2. Аналіз головних конкурентів;
3. Аналіз поведінки споживача.

Для збору необхідних даних були обрані такі методи: кабінетне дослідження та глибинні інтерв’ю зі споживачами. Сформовані пошукові питання подано у табл. 1.

Для вирішення задачі 1, були поставлені наступні пошукові питання та отримані відповіді:

Пошукове питання №1: В якому стані зараз знаходиться ринок соняшникової олії в Україні? Головна ціль даного питання визначити, в якому стані зараз знаходиться новий для підприємства ринок та визначити в якому напрямку він рухається.

Аналіз ринку сільськогосподарської продукції України вимагає розгляду декількох ключових аспектів: структуру ринку, основні тенденції, виробничі потужності, експортно-імпортні відносини, а також вплив зовнішніх та внутрішніх факторів.

Таблиця 1

Перелік пошукових питань для поведення дослідження

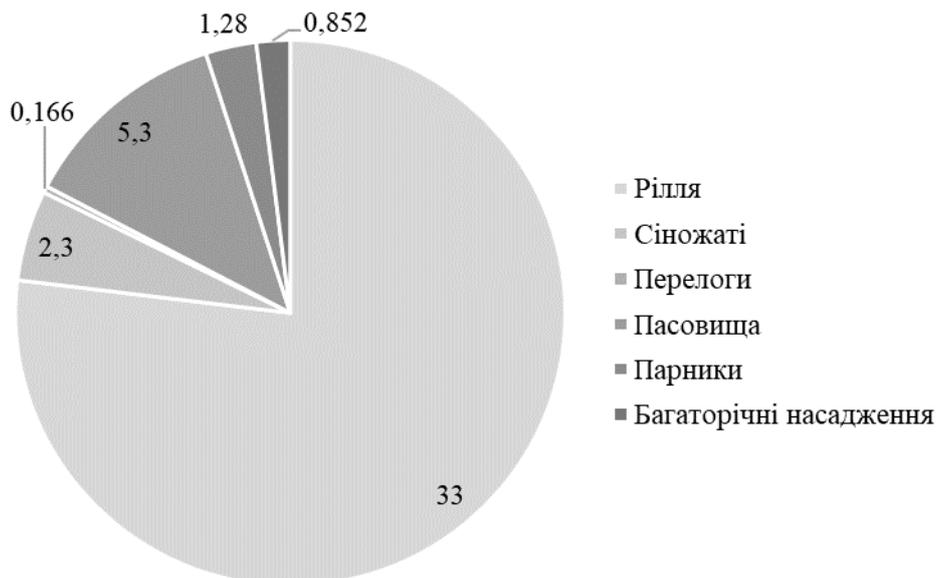
Завдання дослідження	Пошукові питання	Джерело інформації	Метод отримання	Формат представлення
1	2	3	4	5
Аналіз ринку органічної соняшникової олії в Україні	В якому стані зараз знаходиться ринок соняшникової олії в Україні?	Міністерство економіки України	Кабінетні дослідження	Кількісні дані, текстовий формат, кругова діаграма, що відображає рейтинг товарів-лідерів по вартості експорту
	Яке місце посідає органічна рослинна олія в структурі органічної с/г продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках?	Звіти Європейської комісії у сфері агропромисловості та Organicinfo	Кабінетні дослідження	Кругова діаграма, що відображає частку органічної с/г продукції в загальному імпорті ЄС України. Кругова діаграма, що відображає внутрішній ринок органічної продукції в Україні

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
Аналіз головних конкурентів	Які конкуренти присутні на ринку?	Перелік операторів під контролем Органік стандарт, сайти компаній	Кабінетні дослідження	Перелік компаній-конкурентів з коротким резюме до кожного
Аналіз поведінки споживача	Які основні фактори впливають на рішення промислових споживачів щодо вибору постачальника органічної соняшникової олії?	Споживачі	Глибинні інтерв'ю з споживачами	Пелюсткова діаграма, яка показує важливість критеріїв, які впливають на процес прийняття рішення промислових споживачів, отримані інсайди, підтверджені та спростовані гіпотези
	Який процес прийняття рішення про покупку органічної соняшникової олії?	Споживачі	Глибинні інтерв'ю з споживачами	Таблиці з описаним процесом прийняття рішення про покупку органічної соняшникової олії

Джерело: складено авторами.

Україна традиційно відома своїми великими площами родючих земель, що робить її одним з ключових гравців на світовому ринку сільськогосподарської продукції. Площа України складає 60,4 млн га, з них станом на 2021 рік 42,9 млн га складала сільськогосподарська земля [5]. Для наглядного прикладу сформуємо діаграму (рис. 1), яка покаже структуру с/г земель.



Джерело: складено авторами на основі [5].

Рис. 1. Структура с/г земель станом на 2021 рік

Станом на 2023 рік оцінка площі с/г угідь є надзвичайно складною задачею і чітких цифр немає. Це пов'язано з повномасштабним вторгненням російської федерації на

територію України. За даними Українського клубу аграрного бізнесу площа тимчасово окупованих с/г земель становить приблизно 6 млн. гектарів, а також 2 млн га деокупованих полів проте замінованих [6].

Щодо органічного землеробства. Органічне землеробство – це система управління сільськогосподарським виробництвом, яка спрямована на вирощування продуктів без використання синтетичних пестицидів, мінеральних добрив, генетично модифікованих організмів та з обмеженим використанням штучних добавок та консервантів. Основна мета – збереження екологічного балансу, підтримка біорізноманіття та забезпечення сталого розвитку. Основні принципи органічного землеробства:

1. *Екологічний Баланс*. Підтримка природних систем та циклів, відмова від хімічних засобів захисту рослин та штучних добрив;
2. *Біорізноманіття*. Збереження та підтримка різноманітності видів у сільськогосподарських системах;
3. *Циклічність*. Використання органічних відходів для підживлення ґрунту, створення замкнутих циклів виробництва;
4. *Сталість та збереження ресурсів*. Ефективне використання ресурсів, мінімізація впливу на навколишнє середовище.

Органічне землеробство в Україні, яке має глибокі історичні корені, почало набирати систематизованого характеру в 1990-х роках. Цей період характеризувався появою ізолюваних ферм та ініціатив, які зосереджувались на екологічно чистому виробництві. Проте, справжнє зростання інтересу до органічного землеробства в Україні спостерігалось в 2000-х роках, частково завдяки збільшенню попиту на органічні продукти в Європі. Цей період також відзначився активною законодавчою підтримкою з боку українського уряду, спрямованою на регулювання та підтримку органічного виробництва.

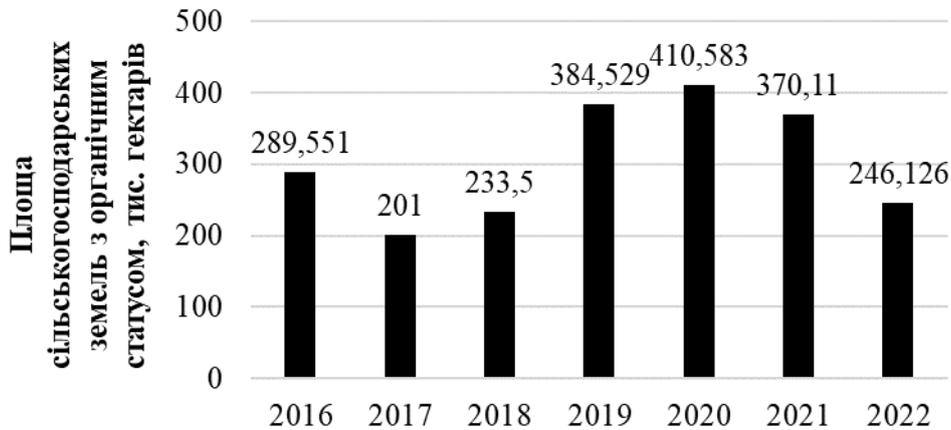
Нині Україна виокремилася як один з ключових гравців на світовому ринку органічної продукції, особливо в сегментах зернових та олійних культур. Станом на 2020 рік Україна входила у десятку європейських країн за темпами збільшення органічних земель [6]. Динаміка зміни площі с/г земель з органічним статусом також залежить від одного вагомого фактора – проведення сертифікації. Процес сертифікації органічних земель в Україні є ключовим елементом у забезпеченні відповідності виробництва органічної продукції встановленим стандартам.

В Україні процес сертифікації та вимоги до органічних земель регулюються національним законодавством, яке включає в себе "Закон України про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" та інші нормативно-правові акти. Ці законодавчі акти встановлюють критерії та процедури сертифікації, забезпечуючи відповідність українських органічних продуктів міжнародним стандартам та вимогам. Динаміка зміни площі сільськогосподарських земель з органічним статусом за 2016-2022 рік представлено на рис. 2.

Економічна ефективність органічного землеробства може значно відрізнятись від традиційного. Оцінка впливу сертифікації органічних земель на доходи фермерів та рентабельність землі є важливим аспектом для розуміння економічної вигоди від переходу на органічне землеробство. Цей вплив може бути розглянутий у декілька площинах:

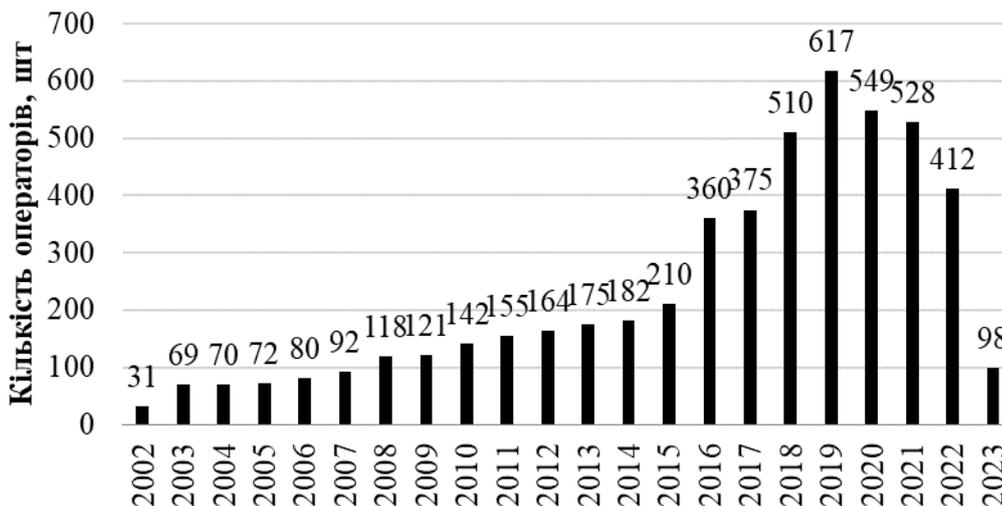
1. Вплив на доходи фермерів: вищі ціни на органічну продукцію; доступ до нових ринків; преміальні ціни.
2. Вплив на рентабельність землі: зменшення витрат; підвищення якості ґрунту; стійкість до змін клімату.

Розглянемо детальніше, яка кількість підприємств перейшли з традиційного на органічне землеробство (рис. 3).



Джерело: складено авторами на основі [7].

Рис. 2. Площа сільськогосподарських земель з органічним статусом за 2016–2022 рр.

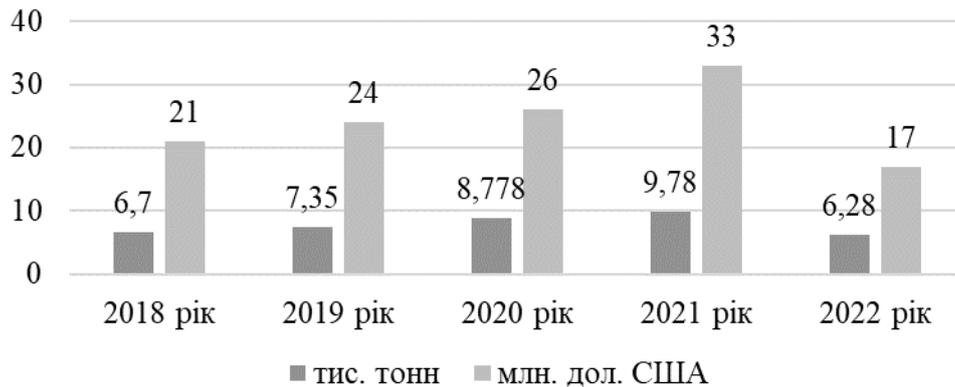


Джерело: побудовано авторами на основі даних [8].

Рис. 3. Кількість операторів на ринку органічної с/г продукції за 2002–2023 рр.

Досить великий стрибок у збільшенні кількості операторів спостерігається з 2016 року. Це пояснюється тим, що органічна продукція набирає все більш популярності серед кінцевих споживачів та на цьому ринку майже відсутність вхідних бар'єрів (стандартизований товар, невеликі за розміром господарства, отже незначний ефект масштабу, необхідний малий стартовий капітал). Навпаки, держава залучає дрібні фермерства переходити в органічний сегмент. Одним з бар'єрів входу на органічний ринок є обов'язкова сертифікація, тому держава готова відшкодувати до 30% вартості витрат на проведення сертифікації, до 30% вартості витрат на придбання дозволених для використання засобів захисту рослин та добрив, насіння, садивного матеріалу та виділення бюджетних субсидій з розрахунку на одиницю оброблюваних угідь [9].

У період з 2018 по 2022 рік (рис. 4) ринок органічної продукції в Україні демонстрував позитивні тенденції розвитку, що відображається у зростанні продажів на внутрішньому ринку. Водночас, розвиток внутрішнього ринку органічної продукції в Україні був пов'язаний із зростанням кількості виробників, які отримали органічну сертифікацію та розширили асортимент доступних органічних товарів.

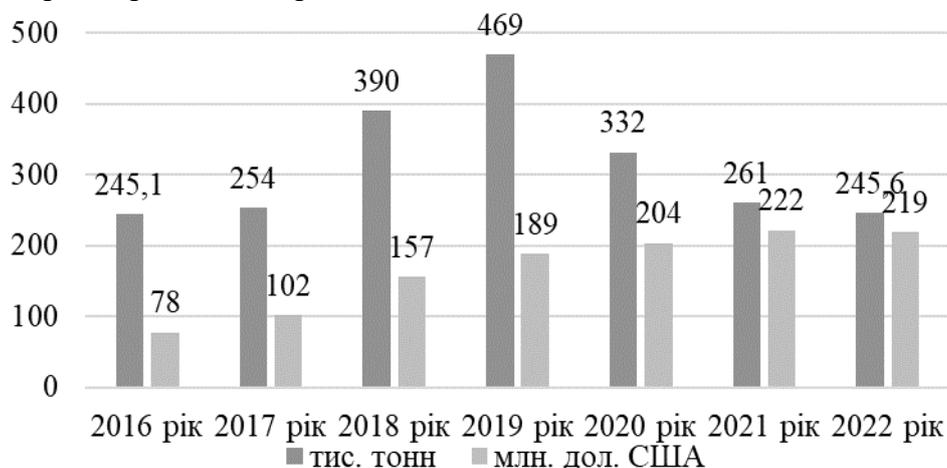


Джерело: побудовано авторами на основі даних [10].

Рис. 4. Продажі української органічної продукції на внутрішньому ринку за 2018–2022 рр.

Значну роль у розвитку ринку відігравали інформаційні кампанії та освітні програми, спрямовані на підвищення обізнаності споживачів про переваги органічних продуктів, які включають покращення здоров'я та екологічну стійкість. Це, у свою чергу, стимулювало зростання попиту на органічні продукти серед українських споживачів. Однак, розвиток внутрішнього ринку органічної продукції також супроводжувався певними викликами. Серед них можна виділити високу ціну органічних продуктів порівняно з традиційними, що обмежувало їх доступність для широкого кола споживачів. Також існували труднощі з логістикою та розподілом органічних продуктів, особливо в регіонах, де відсутня розвинена інфраструктура для їх збуту. Незважаючи на ці виклики, загальний тренд на українському ринку органічної продукції вказує на його потенціал для подальшого зростання та розвитку. Це зростання може бути підтримано за допомогою державної підтримки, розвитку інфраструктури та продовження освітніх та інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення обізнаності споживачів.

Протягом періоду 2016–2022 років українське органічне землеробство демонструвало значне зростання (рис. 5), особливо у контексті експорту на зовнішні ринки. Цей період характеризувався стабільним збільшенням попиту на органічні продукти на світовому ринку, зокрема в країнах Європейського Союзу та Північної Америки, що стимулювало українських виробників до розширення експортних можливостей.



Джерело: побудовано авторами на основі даних [11].

Рис. 5. Продажі української органічної продукції на зовнішньому ринку за 2018–2022 рр.

У цей період спостерігалася диверсифікація асортименту органічної продукції, що включала зернові, олійні культури, а також фрукти та овочі. Україна також активно розвивала торговельні відносини та партнерства з країнами ЄС, США та іншими регіонами, що додатково сприяло збільшенню експорту. Проте, українські виробники стикалися з логістичними та регуляторними викликами, пов'язаними з відповідністю міжнародним стандартам та нормам. Крім того, політична та економічна ситуація в Україні, включаючи конфлікти та економічні трансформації, могла впливати на стабільність та прогнозованість експорту.

Отже, при виведенні на ринок сільськогосподарського виробництва нового товару, компанії мають низку факторів впливу макросередовища (табл. 2).

Таблиця 2

Фактори макросередовища впливу макросередовища на маркетингову управлінську проблему сільськогосподарських товаровиробників

№	Фактор	Можливість	Загроза
1	Підвищення цін на логістику		Зменшення потенційних споживачів
2	Висока залежність від розміщення промислових споживачів	Збільшення потенційних споживачів, які територіально близько розташовані біля компанії	Зменшення потенційних споживачів, які територіально далеко розташовані від компанії
3	Збільшення попиту на органічну та екологічну чисту продукцію	Поява нових потенційних споживачів	Поява нових конкурентів
4	Відкриття ринку землі		Великі підприємства та агрохолдинги, у яких є фінансові ресурси для покупки землі, негативно вплинуть на малі та середні підприємства
6	Висока залежність від врожайності		Якщо врожайність низька – втрата великої частини прибутку. Якщо врожайність велика – втрата потенційних споживачів через завантаження логістичних компаній
7	Дотації від держави	Фінансове розвантаження компанії на постійні витрати.	
8	Низька додаткова вартість с/г продукції	Впроваджувати власну переробку	Зменшення прибутку

Джерело: складено авторами.

Пошукове питання №2: Яке місце посідає органічна рослинна олія в структурі органічної с/г продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках?

Згідно звіту Європейської комісії у сфері агропромисловості у 2022 році Україна стала третім найважливішим постачальником органічної продукції до ЄС, переважно завдяки збільшенню поставок органічної сої, пшениці та кукурудзи. Зазначається, що імпорт з України значно зріс, що дозволило країні увійти до трійки найважливіших постачальників. Це відбулося на тлі зменшення імпорту з інших країн, таких як Індія та Туреччина. Зокрема, зазначається, що імпорт органічних продуктів з Індії знизився на 32%, а з Туреччини – на

33%. Ці дані свідчать про значне зростання ролі України у постачанні органічної продукції на ринок ЄС у 2022 році, особливо у сегментах органічної сої, пшениці та кукурудзи [12].

Висновки щодо імпорту органічної продукції з України до ЄС у 2021 році [13]:

- зернові (окрім пшениці та рису): Україна поставила 89,5 тисяч тонн цих продуктів, що становило 47,3% від загального імпорту ЄС у цій категорії;
- фрукти (окрім цитрусових та тропічних фруктів): обсяг імпорту склав 20,1 тисяч тонн, що було 10,6% від загального імпорту ЄС;
- соєві боби: Україна поставила 17,2 тисяч тонн, що становило 9,1% від загального імпорту ЄС;
- олійні (окрім соєвих бобів): з цієї категорії було імпортовано 16,7 тисяч тонн, що складало 8,8% від загального імпорту ЄС;
- макуха: імпорт склав 13,2 тисяч тонн, що становило 6,9% від загального імпорту ЄС;
- пшениця: Україна поставила 11,2 тисяч тонн, що складало 5,9% від загального імпорту ЄС;
- рослинні олії (окрім пальмової та оливкової): обсяг імпорту склав 5,6 тисяч тонн, що становило 3,0% від загального імпорту ЄС;
- борошно та інша борошномельна продукція: імпорт склав 4,5 тисяч тонн, що становило 2,4% від загального імпорту ЄС.

Можна зробити висновок, що Україна дуже мало експортує саме органічної рослинної олії, якщо порівнювати з традиційною. Так як попит з боку споживачів ЄС на дану продукцію є високим, тому такі малі обсяги пов'язані з малими виробничими потужностями.

Знижений попит на органічні рослинні олії може бути обумовлений кількома факторами. Перш за все, це мале виробництво. Також важливим фактором є висока вартість органічних продуктів порівняно з традиційними, що обмежує їх доступність для широкого кола споживачів. Важливим аспектом є обмежена інформованість споживачів про переваги органічних продуктів, що впливає на формування попиту. Крім того, існує конкуренція з імпортними органічними оліями, які можуть мати більш вигідні умови реалізації на внутрішньому ринку. Враховуючи ці аспекти, можна зробити висновок, що для стимулювання продажу органічних рослинних олій на внутрішньому ринку України необхідно зосередитися на підвищенні обізнаності споживачів про переваги органічних продуктів, оптимізації цінової політики та розширенні мережі дистрибуції.

Для вирішення задачі 2, було поставлене наступне питання.

Пошукове питання №3: Які конкуренти присутні на ринку?

На українському ринку станом на 2023 рік є лише декілька компаній, які займаються виробництвом органічної соняшникової олії:

1. Лідером ринку є ТОВ «УКРОЛІЯ». Підприємство виробляє традиційну соняшникову олію, високоолеїнову соняшникову олію, органічну класичну олію, органічну високоолеїнову олію, соняшниковий шрот та органічну макуху. Дана компанія на ринку працює з 2001 року, а свою органічну діяльність розпочала у 2017 році. Працює на ринку В2С та В2В, активно працює в сегменті НОРЕСА. Потужність виробництва складає 200 000 т. соняшника на рік, а органічне виробництво – 18 000 т. соняшника на рік. Експортує компанія свою продукцію у більш ніж 50 країн світу. Недоліком компанії є відсутність власної сировинної бази (переробляють не власновирощений соняшник) [14].

2. Челенджером ринку є ТОВ «Арніка Органік». Працює з 2000 року, органічну діяльність впровадили у 2012 році. Виробничі потужності складають 12 000 тонн соняшника на рік. До 2020 року тривалий час був лідером ринку. Головною відмінністю від головного конкурента ТОВ «УКРОЛІЯ» компанія ТОВ «Арніка Органік» є наявність власної сиро-

винної бази. Компанія сама вирощує високоолеїновий органічний соняшник і переробляє його. Також дана компанія на відміну від конкурента працює лише на ринку B2B [15].

3. ТМ «Оліяторг» була створена у 1991 році. Оліяторг є групою компаній, яка складається з ТОВ «Кривоозерський олійний завод» (торговий дім), ТОВ «Кривоозерський олійний завод органік» (орговий дім органічної продукції) та ТОВ «Кривоозерський комбікормовий завод» (завод з виробництва соняшникової олії). Працюють на ринку B2B. Органічна соняшниковая олія не є їхньою основною товарною лінією. Вони сконцентровані на виробництві традиційної соняшникової олії. [16].

Для вирішення задачі 3, було поставлені наступні питання.

Пошукове питання №4: Які основні фактори впливають на рішення промислових споживачів щодо вибору постачальника органічної соняшникової олії?

На ринку B2B головними споживачами органічної соняшникової олії наливом в Україні є харчові виробники, що використовують цю олію у своєму виробництві, включаючи виробників соусів, закусок, готових страв та інших харчових продуктів. Також до цієї категорії можуть належати компанії, що займаються упаковкою та дистрибуцією харчових олій, ресторани та готельні мережі, які використовують органічну соняшникову олію в своїх кухнях.

Було опитано 20 представників компаній і отримано такі результати (табл. 3).

Таблиця 3

Результати перевірки гіпотез

№	Гіпотеза	Підтверджено чи спростовано	Висновок
1	Промислові споживачі вважають сертифікацію органічності ключовим фактором при виборі постачальника.	Підтверджено	Більшість компаній підкреслила важливість сертифіката органічності, вказуючи на їхню зосередженість на екологічності та стійкості.
2	Ціна є визначальним фактором у рішенні про покупку органічної соняшникової олії.	Частково підтверджено	Хоча ціна є важливою, багато компаній також вказали на якість, надійність постачання та екологічні стандарти як значущі фактори.
3	Компанії з вищим річним оборотом більше схильні купувати органічну олію	Підтверджено	Результати показали, що компанії з більшими оборотами мають тенденцію купувати більші обсяги органічної олії, можливо через більші ресурси та більше зобов'язання перед стійкістю.
4	Промислові споживачі задоволені поточними умовами логістики та постачання.	Не підтверджено	Багато компаній висловили занепокоєння з приводу перебоїв у постачанні та вказали на потребу в покращенні логістики та надійності доставки.
5	Компанії бажають довгострокових партнерських відносин з постачальниками, а не одnorазових покупок.	Підтверджено	Багато респондентів висловили інтерес до розвитку довгострокових партнерських відносин, що вказує на потребу в стабільності та підтримці.

Джерело: складено авторами на основі даних отриманих з глибокого інтерв'ю.

Отримані інсайди:

1) певні галузі, такі як харчова промисловість та виробництво косметики, виявили більший інтерес та споживання органічної олії, що підкреслює потенційні цільові ринки;

2) більші компанії мають тенденцію купувати органічну олію у більших обсягах, але менші компанії часто більш гнучкі та інноваційні у своїх виборах;

3) більшість респондентів використовують органічну олію, підкреслюючи зростаючу увагу до екологічних та здорових продуктів;

4) обсяги споживання варіюються, з більшістю замовлень у середньому та великому сегменті, що вказує на потенційні ключові клієнти для об'ємних продажів;

5) якість та надійність постачання є ключовими критеріями, з високою оцінкою сертифікації органічності та екологічної відповідальності;

6) екологічність та стійкість як фактори впливу на рішення покупки виявились нарівні з ціною та якістю, вказуючи на складність прийняття рішень споживачів;

7) високі очікування до якості та консистенції продукту, з особливою увагою до смаку, аромату та показників хімічних аналізів;

8) гнучкість та надійність у доставці є критично важливими, з бажанням співпраці з постачальниками, які можуть забезпечити швидку та ефективну логістику;

9) великий запит на більшу прозорість, краще розуміння клієнтських потреб та гнучкості у сервісі та підтримці для постачальників;

10) компанії висловили інтерес до інновацій та співпраці на рівні досліджень та розробки, що вказує на можливості для партнерства.

Отже, основні фактори, які впливають на рішення промислових споживачів щодо вибору постачальника органічної соняшникової олії (рис. 6).



Джерело: сформовано авторами на основі даних отриманих з глибинного інтерв'ю.

Рис. 6. Важливість критеріїв, які впливають на процес прийняття рішення промислових споживачів

Якість продукту. Споживачі підкреслюють важливість високоякісної органічної олії, з особливою увагою до чистоти, смаку, аромату та стабільності продукту.

Сертифікація органічності. Наявність сертифікованого органічного статусу є ключовим, оскільки це засвідчує відповідність високим екологічним стандартам та якості.

Ціноутворення. Хоча компанії усвідомлюють, що органічні продукти часто коштують більше, вони шукають конкурентоспроможні ціни з урахуванням обсягу та якості.

Надійність та стабільність постачання. Ефективні логістичні рішення, здатність постачальника забезпечити регулярні та своєчасні поставки є критично важливою для підтримки безперебійного виробництва.

Довгострокові партнерські відносини. Інтерес до розвитку довгострокових відносин, які можуть включати додаткові послуги, технічну підтримку та гнучкість у співпраці.

Гнучкість та персоналізація. Споживачі цінують постачальників, які можуть пропонувати індивідуалізовані рішення, гнучкі умови постачання та швидку реакцію на зміни в потребах.

Репутація та відгуки. Репутація постачальника на ринку, відгуки від інших промислових клієнтів та історія успішної співпраці можуть впливати на вибір.

Пошукове питання №5: Який процес прийняття рішення про покупку органічної соняшникової олії?

Виходячи з проведеного глибокого інтерв'ю та проаналізованої інформації, можна сформулювати процес прийняття рішення про покупку органічної соняшникової олії (табл. 4).

Таблиця 4

Процес прийняття рішення про покупку

№	Етап	Опис діяльності
1	Визначення потреби	Виявлення потреби в органічній рослинній олії (на основі виробничих потреб, змін у законодавстві, попиту споживачів). Оцінка обсягів потрібної олії та специфікацій продукту.
2	Пошук інформації	Дослідження ринку постачальників органічної олії. Збір інформації про ціни, якість, сертифікацію, умови доставки та платежі.
3	Оцінка альтернатив	Порівняння пропозицій від різних постачальників. Аналіз вартості, якості, надійності постачання та репутації постачальників.
4	Вибір постачальника	Вибір на основі оцінки ціни, якості, умов доставки, гнучкості постачальника та його здатності задовольнити специфічні вимоги.
5	Укладення угоди	Переговори щодо ціни, обсягів, умов доставки, платежів і сервісу. Підписання договору на поставку органічної рослинної олії.
6	Здійснення покупки	Замовлення та оплата товару. Організація доставки і приймання олії.
7	Оцінка післякупівельного досвіду	Аналіз задоволеності якістю продукту та сервісу. Врахування досвіду для майбутніх закупівель.

Джерело: складено авторами.

Висновки. Отже, при виведенні нового товару органічної соняшникової олії наливом для промислових споживачів на ринку України можуть бути визначені наступні цілі:

1. Встановлення присутності на ринку та здобуття частки ринку у 10% серед промислових споживачів протягом 1 року;

2. Розробка 2 унікальних торгових пропозицій (УТП), які відрізняють продукт від конкурентів протягом 3 місяців;

3. Навність 20 споживачів з довгостроковими контрактами протягом 1 року;

4. Досягнення рівня рентабельності у 20% протягом 1 року.

Щодо вдалого виведення нового товару на основі проведеного дослідження для ТОВ «ЕКО ВАМ АГРО» рекомендовано позиціонуватись за такими 4 критеріями:

1. Якість. Необхідне підкреслення суворих стандартів якості продукту, що виходять за рамки звичайних органічних вимог, з акцентом на чистоту, смак, текстуру і запах, які важливі для промислового застосування, висвітлення високих органічних стандартів, забезпечення сертифікацією від вище вказаних інституцій та підкреслення екологічної стійкості виробництва;

2. Конкурентоспроможне ціноутворення. Надання конкурентних та персоналізованих цін з акцентом на цінність, яку отримують клієнти, виправдовуючи інвестиції в органічну продукцію;

3. Надійність та стабільність постачання. Акценти на забезпеченні стабільних та своєчасних поставок, з можливістю відстежувати ланцюжок постачання та запасів, що забезпечує безперебійність виробництва для промислових партнерів;

4. Довгострокові партнерські відносини. Будівництво міцних партнерських відносин з промисловими споживачами через гуртові знижки, персоналізоване обслуговування та відкритий діалог щодо потреб.

References

Література

1. Levitt, T. (1965). Exploit the Product Life Cycle. *Harvard Business Review*. November. URL: <https://hbr.org/1965/11/exploit-the-product-life-cycle>.
1. Levitt T. Exploit the Product Life Cycle. *Harvard Business Review*. November. 1965. URL: <https://hbr.org/1965/11/exploit-the-product-life-cycle>.
2. Kotler, F., Armstrong, H. (2023). *Osnovy Marketynhu [Fundamentals of Marketing]*. Kyiv: Naukovyy svit. 880 p. [in Ukrainian].
2. Котлер Ф., Армстронг Г. *Основи Маркетингу*. Київ: Науковий світ, 2023. 880 с.
3. Choffray, J.-M. (1983). *Développement et gestion des produits nouveaux: Concepts, méthodes et applications*. Auckland: McGraw-Hill. 156 p.
3. Choffray J.-M. *Développement et gestion des produits nouveaux: Concepts, méthodes et applications*. Auckland: McGraw-Hill, 1983. 156 p.
4. Shulhina, L. M., Belinska, Yu. S. (2015). Ponyattya katehoriyi "Novyy tovar" [The concept of the "New product" category]. *Suchasni pidkhody do upravlinnya pidpryyemstvom. Zbirnyk naukovykh prats' vi vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi z mizhnarodnoyu uchastyu = Modern approaches to enterprise management. Collection of scientific works of the All-Ukrainian scientific and practical conference with international participation, № 6*, P. 314–318 [in Ukrainian].
4. Шульгіна Л. М., Белінська Ю. С. *Поняття категорії "Новий товар". Сучасні підходи до управління підприємством. Збірник наукових праць ви всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю*. 2015. № 6. С. 314–318.
5. Struktura zemel Ukrayiny [Structure of lands of Ukraine]. URL: <https://agropolit.com/news/20700-struktura-zemel-ukrayini-s-g-zemlya-derjavna-peredana-gromadam> [in Ukrainian].
5. Структура земель України. URL: <https://agropolit.com/news/20700-struktura-zemel-ukrayini-s-g-zemlya-derjavna-peredana-gromadam>.
6. Za tempamy zbilshennya orhanichnykh zemel Ukrayina vkhodyt' do desyatky lideriv u Yevropi [Ukraine ranks among the ten leaders in Europe in terms of the rate of increase in organic land]. URL: <https://superagronom.com/news/14334-za-tempami-zbilshennya-organichnih-zemel-ukrayina-vhodit-do-desyatki-lideriv-u-yevropi> [in Ukrainian].
6. За темпами збільшення органічних земель Україна входить до десятки лідерів у Європі. URL: <https://superagronom.com/news/14334-za-tempami-zbilshennya-organichnih-zemel-ukrayina-vhodit-do-desyatki-lideriv-u-yevropi>.
7. Ploshchi pid orhanichnym vyrobnytstvom 2016–2022 rr [Areas under organic production in 2016–2022]. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/organic-land-2016-2022/> [in Ukrainian].
7. Площі під органічним виробництвом 2016–2022 рр. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/organic-land-2016-2022/>

8. Sayt Federatsiyi orhanichnoho rukhu Ukrayiny [Website of the Federation of Organic Movement of Ukraine]. URL: <https://organic.com.ua/> [in Ukrainian].
9. Pro informatsiyu: Zakon Ukrayiny [About information: Law of Ukraine] № 49 vid 31.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text> [in Ukrainian].
10. Prodazhi orhanichnoyi produktsiyi za 2018–2022: vnutrishniy rynek [Sales of organic products for 2018–2022: domestic market]. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/domestic-market-2018-2022/> [in Ukrainian].
11. Prodazhi orhanichnoyi produktsiyi za 2016-2022: zovnishniy rynek [Sales of organic products for 2016-2022: foreign market]. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/export-market-2016-2022/> [in Ukrainian].
12. Ukrayina v 2022 rotsi eksportovala mayzhe 100 mln tonn tovariv [In 2022, Ukraine exported almost 100 million tons of goods]. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=119605> [in Ukrainian].
13. EU imports of organic agri-food products: Key developments in 2022. URL: <https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2023-07/analytical-brief-2-eu-organic-imports-2022en.pdf> [in Ukrainian].
14. Sayt TOV "UKROLIYA" [UKROLIA LLC website]. URL: <https://www.ukroliya.com/uk/pro-kompaniiu/> [in Ukrainian].
15. Sayt TOV "Arnika Orhanik" [Arnica Organic LLC website]. URL: <https://arnika.organic.ua/> [in Ukrainian].
16. Sayt TM "Oliyatorg" [TM "Oliatorg" website]. URL: <https://oliyatorg.ua/produktsiya/podsolnechnoe-maslo/> [in Ukrainian].
8. Сайт Федерації органічного руху України. URL: <https://organic.com.ua/>
9. Про інформацію: Закон України № 49 від 31.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text>.
10. Продажі органічної продукції за 2018–2022: внутрішній ринок. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/domestic-market-2018-2022/>
11. Продажі органічної продукції за 2016–2022: зовнішній ринок. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/export-market-2016-2022/>
12. Україна в 2022 році експортувала майже 100 млн тонн товарів. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=119605>.
13. EU imports of organic agri-food products: Key developments in 2022. URL: <https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2023-07/analytical-brief-2-eu-organic-imports-2022en.pdf>.
14. Сайт ТОВ "УКРОЛІЯ". URL: <https://www.ukroliya.com/uk/pro-kompaniiu/>
15. Сайт ТОВ "Арніка Органік". URL: <https://arnika.organic.ua/>
16. Сайт ТМ "Оліяторг". URL: <https://oliyatorg.ua/produktsiya/podsolnechnoe-maslo/>

УДК 338.242

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.16

Liudmyla M. Hanushchak-Yefimenko, Svitlana I. Arabuli, Nataliia V. Fastovets
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
Oleksii V. Baula

National Academy of Management, Kyiv, Ukraine

**PECULIARITIES OF THE FORMATION OF THE DOMESTIC MODEL
OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN INSTITUTIONS
OF HIGHER EDUCATION**

Despite the fact that corporate social responsibility is in its infancy in Ukraine, during the difficult war years, it is possible to state an increased public interest in the formation of specific models of it in higher education institutions. The article presents the results of the analysis of the historical and modern conditions of the formation of the economic nature of corporate social responsibility. The category and features of the formation of the domestic model of corporate social responsibility in higher education institutions are determined. The practice of applying corporate social responsibility was studied based on the comparison of the main concepts of CSR development in the global and national economy. The historical and modern conditions of the formation of the economic nature of CSR have been determined, it has been possible to reveal the presence of steady progress, which is embodied in the successive change of various approaches, the emergence of a new and filled with new content of the basic categorical apparatus, alternative solutions to the tasks of socially responsible development, the historical trend of which is manifested in the reduction of the level of "normativity", shifting the emphasis from general philosophical and moral aspects to managerial aspects, forming a new paradigm "principles → processes → results" based on pragmatism. The prospects for the development of the domestic model of corporate social responsibility in higher education institutions are outlined. It was determined that the domestic model of corporate social responsibility in institutions of higher education is at the stage of formation, the factors restraining the formation of CSR are systematized, in particular, the state of war, the lack of state stimulation of CSR initiatives, the weakness of market institutions and the absence of clear regulatory and legal regulation.

Keywords: *higher education institutions; corporate governance; corporate social responsibility; modeling; sustainable development.*

Людмила М. Ганущак-Єфіменко, Світлана І. Арабулі, Наталія В. Фастовець
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
Олексій В. Баула

Вищий навчальний заклад «Національна академія управління», Київ, Україна
**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Незважаючи на те, що в Україні корпоративно соціальна відповідальність знаходиться в стадії становлення, в важкі воєнні роки можна констатувати підвищений суспільний інтерес до формування конкретних її моделей у закладах вищої освіти. В статті наведено результати аналізування історичних та сучасних умов формування економічної природи корпоративної соціальної відповідальності, Визначено категорію та особливості формування вітчизняної моделі корпоративної соціальної відповідальності в закладах вищої освіти. Досліджено практики застосування корпоративної соціальної відповідальності на основі зіставлення основних концепцій розвитку КСВ у світовій та національній економіці. Визначено історичні та сучасні умови формування економічної природи КСВ дозволило виявити наявність сталого прогресу, що втілюється в послідовній зміні різноманітних

підходів, появи нового та наповненні новим змістом базового категоріального апарату, альтернативність щодо вирішення завдань соціально відповідального розвитку, історичний тренд якого проявляється в зниженні рівня «нормативності», перенесення акценту із загальнофілософських та моральних аспектів до управлінських, формування нової парадигми «принципи → процеси → результати» на засадах прагматизму. Окреслено перспективи розвитку вітчизняної моделі корпоративно соціальної відповідальності в закладах вищої освіти. Визначено, що вітчизняна модель корпоративно соціальної відповідальності в закладах вищої освіти знаходиться на етапі формування, систематизовано фактори, що стримують становлення КСВ, зокрема, воєнний стан, відсутність державного стимулювання ініціатив КСВ, слабкість ринкових інститутів та відсутність чіткого нормативно-правового регулювання.

***Ключові слова:** заклади вищої освіти; корпоративне управління; корпоративна соціальна відповідальність; моделювання; сталий розвиток.*

Formulation of the problem. In the conditions of deepening integration processes and harmonization of European experience and best practices in the field of education and science, social standards, entrepreneurship, etc., it is extremely important for Ukraine to create appropriate conditions for the development of corporate social responsibility in institutions of higher education, as well as effective mechanisms for its implementation at all levels of management of the national economy.

Analysis of recent publications on this problem. Since the second half of the 20th century, CSR has become the subject of research by many scientists. The works of such authors as H. Bowen, K. Davis, M. Friedman, A. Carroll and E. Freeman are the basis of modern concepts of business social responsibility, which in turn rely on the classical ideas put forward by J. Locke, A. Smith, by M. Weber, F. Knight, H. Lenk, T. Parsons and others. Today, CSR research is divided into a separate interdisciplinary scientific direction, in the framework of which foreign authors consider such issues as: sustainable development (J. Elkington, N. Finch, etc.), business ethics (A. Crane, D. Matti, etc.), corporate governance (F. Kotler, J.K. Rowe, A. Lockett, etc.), interaction with stakeholders (M.S. Branko, L.L. Rodriguez, S. Sachs, etc.), influence of international institutions and standards (S. Prakash, G. Kell, B. Slob, etc.), legal issues (L. Luin, M. Seeger, etc.).

Recently, Ukrainian scientists have shown increased interest in CSR research. In particular, they substantiated the relevance of social responsibility in Ukrainian conditions and its role in the development of the modern economy and society, adapted a number of international concepts of CSR, and developed practical recommendations. Among the researchers and experts who made a significant intellectual contribution to the study of CSR in the context of the analysis of sustainable development problems, it is worth noting the works of M. Yermoshenka, M. Zgurovskiy, L. Korniychuk, O. Sokhatska, V. Trehobchuk, S. Haminich, A. Filipenko and others.

The purpose of the article is to study the peculiarities of the formation of the domestic model of corporate social responsibility in institutions of higher education.

Presentation of the main results of the study. Today, the concept of CSR is spreading and trying to integrate it into their business activity by all business entities at the micro, meso, and macro levels. At the same time, it also has a significant influence in institutions of higher education, as well as the further development of a democratic society on the basis of sustainable development.

It is worth noting that until now there is no generally accepted universal definition of the concept of corporate social responsibility. The terms social responsibility of business, social partnership, etc. are most often used as its synonym.

In accordance with the conceptual foundations of CSR, which were formed by scientists, we will analyze the main theoretical approaches and concepts of CSR business in the conditions of

sustainable development. According to the definition of experts in the field of business, corporate social responsibility is a responsible attitude of a company present on the market to its product or service, to consumers, employees, partners; active social position of the company, which consists in harmonious coexistence, interaction and constant dialogue with society, participation in solving the most pressing social problems [1].

Experts of the European Alliance of Corporate Social Responsibility interpret CSR as the concept of involving social and environmental aspects in business activities on the basis of voluntariness and interaction between all interested parties [2].

The International Labor Organization in its resolution on the promotion of socially responsible enterprises notes that CSR is a voluntary initiative of business circles that concerns activities that exceed the simple requirement of compliance with the law [2]. CSR cannot replace legal regulation, ensuring compliance with laws and collective bargaining. At the same time, since CSR has a transparent, trustworthy character, based on the principles of true partnership, it can open wide prospects for the company's involvement in social and environmental activities for employees and other interested parties. In this context, ethical initiatives and initiatives in the field of mutually beneficial trade help to promote CSR within production and distribution networks.

According to the International Standard ISO 26000 "Management for Social Responsibility", social responsibility is an organization's responsibility for the impact of its decisions and activities on society and the environment through transparent and ethical behavior that:

- promotes sustainable development, including the health and well-being of society;
- takes into account the expectations of interested parties;
- corresponds to the current legislation and agrees with international norms of conduct;
- integrated into the activities of the entire organization and used in its relations with various groups of stakeholders [2].

The object of corporate social responsibility should be considered a variety of social communities, structures and processes to which socially responsible actions on the part of business, namely the institutions that embody it, are directed [3].

According to the results of the analysis of non-financial reporting of domestic business, corporate social responsibility is defined as a philosophy of behavior developed by the business community, companies and individual business representatives in accordance with their activities [2]. The goal of this activity is sustainable development for future generations. The well-known principles of building such a philosophy are:

- 1) production of quality products and services for consumers;
- 2) creation of attractive jobs, investment in the development of production and human potential;
- 3) undisputed compliance with the requirements of legislation: tax, labor, environmental, etc.;
- 4) building good-neighborly and mutually beneficial relations with all interested parties;
- 5) effective implementation of business, aimed at creating additional economic value, increasing national competitiveness in the interests of shareholders and society;
- 6) consideration of social expectations and generally accepted ethical norms in business practice;
- 7) contribution to the formation of civil society through partnership programs and social development projects [10].

It is appropriate to note that the generalized interpretation of this concept is also based on:

- corporate ethics;
- corporate social policy in relation to society;

- corporate policy in the field of environmental protection;
- principles and approaches to corporate management and corporate behavior;
- issues of compliance with human rights, gender policy, special policy for persons with special social needs.

Today, scientists have demarcated the main concepts in the terminological system of social responsibility. However, in the process of research, new directions are singled out, one of which is the theory of stakeholders, which allows us to highlight another active side of social responsibility, which is personified in a whole group of participants – stakeholders. Stakeholders are any person or group of persons who can influence or influence the achievement of the organization's goals [6].

Based on the results of surveys conducted among domestic companies operating in Ukraine, a list of the following areas of corporate social responsibility of business in Ukraine was determined:

1. Corporate philanthropy in the form of support for socially important objects.
2. Grants / loans for charitable purposes.
3. Financial and material assistance.
4. Scholarship programs.
5. Internships / educational programs.
6. Work in associations with legislative initiatives.
7. Partnership projects with the government, public organizations, educational institutions.
8. Volunteer activity.
9. Disclosure of information about the composition of products offered by the company.
10. Ethical approaches to interaction with the outside world – mass media, consumers, authorities, partners.
11. A socially responsible approach to investing is the choice of investment objects based on business, environmental, and ethical principles of activity.

CSR of a higher education institution at today's stage of development can be defined as the policy of the university's participation in the life of society, because it is not only traditional material and financial assistance to society or a territorial community from the company's profit, but also a wider involvement of scientific and pedagogical workers and students in socially important projects, the participation of universities in attracting funds from other patrons for joint social initiatives.

The classification of the main approaches to corporate social responsibility of business is given by the author in Table 1.

The role of social responsibility in sustainable development is gaining more and more importance in the evolution of the concept of CSR, which has undergone a long period of formation.

The determination of the historical and modern conditions for the formation of the economic nature of CSR made it possible to reveal the presence of steady progress, which is embodied in the successive change of various approaches, the emergence of a new and filled with new content of the basic categorical apparatus, alternatives for solving the tasks of socially responsible development, the historical trend of which is manifested in the reduction of the level of "normativity", shifting the emphasis from general philosophical and moral aspects to managerial ones, forming a new paradigm "principles → processes → results" based on pragmatism (Table 2).

The essence of the category and the peculiarities of the formation of the national model of CSR of the university as a system of consistent economic, social, environmental measures, which are voluntarily carried out by business entities in compliance with the principles of: institutional legitimacy, public and legal responsibility; freedom of managerial choice, which is implemented on the basis of environmental assessment; management of interested parties (stakeholders) and

problems (interests), comply with current legislation, agree with international norms of conduct, allow to improve image and business reputation, ensure sustainable development and welfare of society.

Table 1

Classification of the main approaches to corporate social responsibility of a higher education institution

Name of the group	Approaches	Characteristics of the approach
Concepts of "cores"	"Corporate social responsibility"	Gives answers to the question: why should the university be socially responsible and what is the meaning of this responsibility?
	"Corporate social sensibility"	It answers the question: how exactly should the university respond to the demands, expectations and wishes of society?
	"Corporate social activity"	Gives an answer to the question: what are the results of socially responsible activities of the university?
"Alternative" concepts	"Stakeholder Management"	Recognizes the legitimacy of the interests of stakeholders in various aspects of the university's activities and the presence of their own internal values
	"Corporate citizenship"	Focuses not on problems resulting from the interaction of the university with all interested parties, but on the needs of a specific local community and related charitable activities
	"Corporate Sustainability"	A university management model that covers economic, social and environmental activities in both the short and long term

Source: built by the author on the basis [7, 8].

Table 2

Formation of a new paradigm "principles → processes → results" based on pragmatism

Principles	Processes	Results
Corporate social economic responsibility: - economic; - legal; - ethical; - discretionary.	Corporate social susceptibility: - reactive; - defensive; - adaptive; - proactive.	Solution social problems: - identification of problems; - problem analysis; - project development.
Directional force: - social contract; - the corporation as a moral agent.	Directional force: - the ability to perceive changing social problems; - a management approach to the development of methods of perception	Directional force: - minimization of risks; - implementation of an effective corporate social responsibility policy.
Philosophical organization	Institutional orientation	Organizational orientation

Source: systematized by the author based on [6–9].

The main principles of social responsibility are given in the International Standard ISO 26000 "Social Responsibility Guidelines" [2]. They include:

1) compliance with norms (legal and international) and human rights – strict compliance with applicable legislation, rights and freedoms of any person, respect for his dignity; constant improvement of activities and interaction taking into account the achievements of Ukrainian and

international management practices in the field of sustainable development and in accordance with accepted international standards;

2) voluntariness – voluntary acceptance of obligations in the field of compliance with the principles of socially responsible behavior;

3) constancy – socially responsible behavior is a constant characteristic of the subjects' activities;

4) transparency – openness in relation to one's own activities, provision of reliable information in an accessible form and in full;

5) accountability – readiness to report on the impact of one's activities on the results of the business entity, interested parties, society;

6) dialogue with interested parties – provision of information and clarification of decisions, intentions and priorities in the field of social responsibility, while dialogue with stakeholders takes place on the basis of full information openness;

7) ethical behavior – behavior should be based on principles and rules based on integrity, honesty, equality, reasonable leadership, and decency. From these ethical principles follows concern for the environment, as well as the obligation to satisfy the needs of interested parties [6].

In addition to the above general principles, the practical implementation of the university's CSR is based on specific principles, which include the following:

- patriotism;
- humanism;
- spirituality;
- integration of efforts of education, business, state and civil society, balance of their interests and mutual responsibility regarding the state and prospects of sustainable development;
- innovation, variety of forms and methods of implementation [6].

Any decision should be made taking into account the economic, social and environmental effects not only directly for the organization, but also for society as a whole. At the same time, it is important to note that higher education institutions that follow the principles of social responsibility, on the one hand, must comply with all legally stipulated obligations and rules, and on the other hand, take on additional obligations for the implementation of various social programs.

Research conclusions and perspectives. An effective policy of socially responsible behavior can be developed and implemented as a result of social partnership. It is social partnership that is the basis that allows to practically realize the interaction of the parties of social and labor relations, to solve the issues of sustainable development and social responsibility, complex socio-economic problems. After all, the basic elements on which social partnership is based are the mutually beneficial and voluntary nature of the interaction of the parties, the ongoing negotiation process, informational openness, feedback, monitoring and reporting on the fulfillment of commitments.

It is worth emphasizing that social partnership plays a significant role in increasing the effectiveness of corporate social responsibility of a higher education institution and its reliability for all stakeholders. An effective policy of socially responsible behavior can be developed and implemented as a result of social partnership. It is social partnership that is the basis that allows to practically realize the interaction of the parties of social and labor relations, to solve the issues of sustainable development and social responsibility, complex socio-economic problems. After all, the basic elements on which social partnership is based are the mutually beneficial and voluntary nature of the interaction of the parties, the ongoing negotiation process, informational openness, feedback, monitoring and reporting on the fulfillment of commitments.

It is worth emphasizing that social partnership plays a significant role in increasing the effectiveness of corporate social responsibility of a higher education institution and its reliability for all stakeholders.

References

Література

1. Baula, A. (2016). Corporate social responsibility as a basis for development strategy. *Menedzhment = Management*, Vol. 24, P. 213–216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Menedzhment_2016_24_23.
2. Vorona, O. V. (2010). Metodichni pidkhody do otsinky rivnia sotsialnoi vidpovidalnosti [Methodical approaches to assessing the level of social responsibility]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti = Herald of the economy of transport and industry*, No. 30, P. 127–133 [in Ukrainian].
3. Hrishnova, O. A. (2011). Sotsialna vidpovidalnist – shliakh do yevropeiskoi sotsialnoi derzhavy v Ukraini [Social responsibility is the way to a European welfare state in Ukraine]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka: zb. nauk. pr. = Social and labor relations: theory and practice: collection of scientific papers*, No. 2, P. 3–12 [in Ukrainian].
4. Baula, O. V. (2016). Formuvannia systemy monitorynhu KSV za kluchovymy pokaznykamy efektyvnosti biznesu v natsionalnii ekonomitsi z vykorystanniam mizhnarodnykh standartiv nefinansovoi zvitnosti [Formation of a CSR monitoring system based on key business performance indicators in the national economy using international non-financial reporting standards]. *Materialy VI Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii "Efektyvnist orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu innovatsiinoho rozvytku vyshchoi osvity" = Materials of the VI International Scientific and Practical Conference "Effectiveness of the Organizational and Economic Mechanism of Innovative Development of Higher Education"*. Kyiv: KNUTD. P. 83–90 [in Ukrainian].
5. Kolot, A. M. (2011). Sotsialna vidpovidalnist liudyny yak chynnyk stiikoi sotsialnoi dynamiky: teoretychni zasady [Human social responsibility as a factor of sustainable social dynamics: theoretical foundations]. *Ukraina: aspekty pratsi = Ukraine: aspects of work*, No. 3, P. 3–9 [in Ukrainian].
6. Karachyna, N. P., Zaikova, V. S., Oryshchuk, L. I. (2013). Sotsialnyi paket yak metod pidvyshchennia motyvatsii do trudovoi diialnosti pratsivnykiv
1. Baula A. Corporate social responsibility as a basis for development strategy. *Менеджмент*. 2016. Вип. 24. С. 213–216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Menedzhment_2016_24_23.
2. Ворона О. В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 30. С. 127–133.
3. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність – шлях до європейської соціальної держави в Україні. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика: зб. наук. пр.* 2011. № 2. С. 3–12.
4. Баула О. В. Формування системи моніторингу КСВ за ключовими показниками ефективності бізнесу в національній економіці з використанням міжнародних стандартів нефінансової звітності. *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції "Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти"*. К.: КНУТД, 2016. С. 83–90.
5. Колот А. М. Соціальна відповідальність людини як чинник стійкої соціальної динаміки: теоретичні засади. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 3. С. 3–9.
6. Карачина Н. П., Зайкова В. С., Орищук Л. І. Соціальний пакет як метод підвищення мотивації до трудової

- pidpriemstva [The social package as a method of increasing the motivation to work of the company's employees]. *Ekonomichnyi prostir = Economic space*, No. 71, P. 173–182 [in Ukrainian].
7. Kerivnytstvo GRI zi zvitnosti u sferi staloho rozvytku [GRI Sustainability Reporting Guidelines]. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center> [in Ukrainian].
8. Kozryieva, O. V. (2011). Rozrobka mekhanizmu formuvannia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Development of a mechanism for the formation of corporate social responsibility]. *Stalyi rozvytok ekonomiky = Sustainable economic development*, No. 7, P. 227–231 [in Ukrainian].
9. Raievnjeva, O. V., Hrynevych, L. V., Horokhova, O. I. Suchasni napriamky rozvytku vzaiemovidnosyn mizh vyshchoiu shkoloiu ta biznes-strukturoiu [Modern trends in the development of relations between higher education and the business structure]. *Global international scientific analytical project*. URL: <http://gisap.eu/ru/node/448> [in Ukrainian].
10. Yermoshenko, M. M., Hanushchak-Iefimenko, L. M. (2010). Mekhanizm rozvytku innovatsiinoho potentsialu klasteroobiednanykh pidpriemstv: monohrafiia [Mechanism of development of innovative potential of cluster-united enterprises: monograph]. Kyiv: National Academy of Management. 236 p. [in Ukrainian].
- діяльності працівників підприємства. *Економічний простір*. 2013. № 71. С. 173–182.
7. Керівництво GRI зі звітності у сфері сталого розвитку. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center>.
8. Козирєва О. В. Розробка механізму формування корпоративної соціальної відповідальності. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 7. С. 227–231.
9. Раєвнева О. В., Гриневич Л. В., Горохова О. І. Сучасні напрямки розвитку взаємовідносин між вищою школою та бізнес-структурою. *Global international scientific analytical project*. URL: <http://gisap.eu/ru/node/448>.
10. Єрмошенко М. М., Ганущак-Єфіменко Л. М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств: монографія. К.: Національна академія управління, 2010. 236 с.

УДК 330.341.1

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.17

Руслан М. Ганущак, Вікторія Г. Маргасова
Національний університет «Чернігівська політехніка», Україна
**ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО
ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

У статті представлено результати досліджень щодо інноваційної стратегії розвитку бізнесу в умовах повоєнного відновлення економіки. Сформовано ключові стратегічні імперативи розвитку бізнесу в умовах воєнного та повоєнного відновлення економіки України, які базуються на основі угоди про Асоціацію з ЄС та створюють нові можливості як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках. Встановлено, що лише близько 5,9% підприємницьких структур здійснюють діяльність з експорту товарів та послуг, проте більшість підприємницьких структур задіяно у виробничих ланцюжках великих експортерів, що в такий спосіб отримують певні переваги від лібералізації торгівлі. Обґрунтовано необхідність приведення української нормативно-законодавчої бази щодо конкуренції та інституційної структури у відповідність до європейських стандартів і практик, що своєю чергою має сприяти зменшенню монополізації економіки, та відповідно, мотивуватиме розвиток підприємницького сектору. В обґрунтованих стратегічних інноваційних перспективах розвитку бізнесу в умовах воєнного та повоєнного відновлення економіки України, доведено, що прикордонні регіони України, які включено до програми транскордонного партнерства, мають додаткові можливості досягнення стратегічних цілей розвитку в рамках реалізації регіональних інноваційних стратегій розвитку бізнесу в умовах воєнного та повоєнного відновлення економіки України через використання залучених інвестиційних ресурсів.

Ключові слова: *бізнес; інновації; інноваційний розвиток; інноваційні стратегії; стратегічний розвиток; конкурентоспроможність; умови воєнного та повоєнного відновлення економіки України.*

Ruslan M. Hanushchak, Victoriia H. Margasova
Chernihiv Polytechnic National University, Ukraine
**INNOVATIVE BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES IN THE CONDITIONS
OF THE POST-WAR ECONOMIC RECOVERY OF UKRAINE**

The article presents the results of research on the innovative strategy of business development in the conditions of post-war economic recovery. The key strategic imperatives of business development in the conditions of the war and post-war economic recovery of Ukraine were formed, which are based on the Association Agreement with the EU and create new opportunities both on the domestic and international markets. It was established that only about 5.9% of business structures are engaged in the export of goods and services, however, most of the business structures are involved in the production chains of large exporters, which in this way receive certain benefits from trade liberalization. The need to bring the Ukrainian regulatory and legislative framework on competition and institutional structure into compliance with European standards and practices, which in turn should contribute to reducing the monopolization of the economy, and accordingly, motivate the development of the business sector, is substantiated. In the substantiated strategic and innovative perspectives of business development in the conditions of war and post-war recovery of the economy of Ukraine, it is proved that the border regions of Ukraine, which are included in the cross-border partnership program, have additional opportunities to achieve strategic development goals within the framework of the implementation of regional innovative strategies of business

development in the conditions of war and post-war recovery of Ukraine's economy through the use of invested investment resources.

Keywords: *business; innovations; innovative development; innovative strategies; strategic development; competitiveness; conditions of war and post-war economic recovery of Ukraine.*

Statement of the problem. In the conditions of martial law, the processes of economic development of the country, increasing the competitiveness of the economy through the development of entrepreneurship is of strategic importance.

The choice of the path of development and formation of state innovation policy for the government of any country begins with the formation of a development strategy and program as the fundamental, basic elements of state policy that determine its main directions.

Unsolved parts of the strategy problem are formed under the influence of national-economic, political, environmental and other factors, and are implemented in the form of important interdisciplinary projects for the creation, development and dissemination of technologies capable of radically changing the technological base of the national economy.

Analysis of publications on the problem. As evidenced by the experience of technologically developed countries and their post-war recovery, a well-thought-out mechanism for substantiation and determination of priorities at the state level, as well as reliable monitoring of their implementation, become a mandatory condition for the effectiveness of state policy.

The purpose of the article is to justify the strategic goals of business development in the conditions of war and post-war recovery.

Outline of the main material. The Association Agreement with the EU is one of the most strategic of all the agreements signed by the country. It provides for a deep liberalization of trade and, most importantly, a reform to harmonize regulation and increase the predictability of changes in the regulatory environment after the end of the transition period.

New opportunities are created for business development on the basis of the Association Agreement with the EU both in the domestic and international markets, both in the conditions of war and post-war recovery. Until now, the role of entrepreneurship in Ukraine's foreign trade is quite limited. It is worth noting that only about 5.9% of business structures are engaged in the export of goods and services. At the same time, many business structures are involved in the production chains of large exporters, and in this way receive certain benefits from trade liberalization [1, 7–10].

Bringing the Ukrainian regulatory and legislative framework on competition and institutional structure into compliance with European standards and practices should contribute to reducing the monopolization of the economy and, accordingly, will motivate the development of the business sector. Better protection of intellectual property rights will stimulate innovation and accelerate economic development. Increasing transparency and predictability in trade policy is beneficial for the business sector, as it is this sector that suffers most from the lack of information.

The main goal of the proposed innovative business development strategy is to create favorable conditions for doing business, which will allow to reveal the existing potential in ensuring sustainable economic and social development of the country and to expand international directions of cooperation in the conditions of war and post-war recovery.

Based on the previous analysis, in particular, in the part of the tasks and conclusions given above, it is important in the formation of an innovative business development strategy in the conditions of war and post-war recovery to adhere to the main principles, namely:

Evolutionary focus on business development. The organization of the interaction of the participants of entrepreneurial activities is based on this principle, the consideration of which will allow to use the existing entrepreneurial potential as fully as possible, all types of key competencies

and professional experience for the implementation of joint projects in the conditions of war and post-war reconstruction.

Entrepreneurship development option. Investment opportunities with the greatest potential for the formation of added value often arise in conditions of high uncertainty caused by technological and product innovations, changes in consumer behavior, etc. Under such circumstances, business entities have two alternatives: to make a full investment directly, hoping for an optimistic version of the project's development (otherwise they may suffer significant losses), or to wait until the situation on the market becomes absolutely clear (which often leads to the capture of the initiative by competitors). However, another alternative often appears – investing a small amount of funds to secure a foothold in the market with the possibility of further extended investment. In conditions of uncertainty in the development of industries and markets, business entities can invest funds in projects with potential negative financial indicators based on strategic considerations, as this will strengthen the general position and create a basis for future investment. This is the essence of development options.

SMART-specializations, which provide for the identification of separate strategic goals and tasks for the development of types of economic activity that have innovative potential (taking into account the competitive advantages of the region) and contribute to the transformation of economic sectors into more efficient ones.

Synergism. In this context, the property of the integrity of any system becomes important. In the context of market-oriented interaction of process participants, the property of integrity manifests itself in various scientific and technical, technological and socio-economic effects. The goal of forming any system within the framework of partnership and the basis of stimulating the integration of elements is to achieve the effect of synergy. It is appropriate to assert that the combined functioning of various interconnected elements generates qualitatively new functional properties of the whole (for example, the ability to receive additional income), which have no analogues in the properties of its elements.

Integration. The implementation of this principle will ensure a sufficient level of influence of system-forming factors that determine the potential of centripetal forces of elements of a market-oriented cross-border partnership.

Profitability and self-financing. This principle is a natural continuation of the previous ones and is connected with the basic economic sense of the functioning of entrepreneurship.

It is also worth noting that the successful implementation of all the developed principles will depend on the formation of appropriate effective mechanisms. These mechanisms must be integrally interconnected and interact in the process of transformation of entrepreneurship in the conditions of war and post-war recovery.

In the formation of an innovative business development strategy in the conditions of post-war recovery, certain factors are distinguished, the action of which is similar to various determinants of competitive advantage, which allows to select at the micro level structural elements of the entrepreneurial infrastructure from a set of elements (individual entrepreneurs, small firms, individual specialists, organizational divisions) that are successfully interact and compete with each other within the framework of cross-border partnerships.

To achieve the goal of the innovative business development strategy, the following strategic goals were defined, which are presented in the table 1.

Table 1

Strategic goals of business development in the conditions of war and post-war recovery

Strategic goals	Content part	Toolkit for implementation
<p>Formation of a favorable environment for business development in the conditions of post-war recovery</p>	<p>Formation of an effective environment for business through the prism of a transparent legal framework and preferential policy</p>	<p>- Systematic review of the legal framework for the relevance, effectiveness and compliance of its provisions with European legislation, with further preparation of relevant proposals, in particular, regarding the cancellation, amendment or preservation of the regulation in its current state. - Independent examination of legal acts related to the spheres of entrepreneurship in order to identify those that need to be canceled or amended and evaluate the effectiveness of changes within the scope of the work of an independent non-governmental organization - the office of effective regulation, which will cooperate with the government, business and civil society (office effective regulation was created at the initiative of the Ministry of Economic Development and Trade). - Introduction of control from the creation of new barriers for entrepreneurship to ensure effective state regulation of business, while each new regulation introduced must be accompanied by an analysis of the regulatory impact with the determination of quantitative consequences for business from its implementation.</p>
<p>Provision of the institutional, organizational and regulatory legal basis for business development in the conditions of post-war recovery</p>	<p>- The basis for ensuring the development of entrepreneurship is the regulatory and legal field, statistical data, developed and approved development strategies and programs, institutions responsible for the formation and implementation of policies, as well as interdepartmental cooperation and public-private dialogue, the corresponding favorable investment climate for international donors.</p>	<p>- Strengthening the work of the "Single window" and the digital program of the DIA, in particular, by differentiating the services of the Centers for the provision of administrative services (CSPs), which already work in the regions, with the implementation of their functions of supporting entrepreneurship in terms of the existence of a single portal for providing advice and assistance in completing formal questions online. - Provision of objective information and statistical data on entrepreneurship: the diversity of data and their qualitative analysis is a necessary condition for the formation of effective state policy and the creation of a favorable investment climate. - The formation of a public-private dialogue at the level of legislation is a necessity of conducting consultations with all interested parties in the process of discussing projects of normative and legal acts, for the development of entrepreneurship at the regional and macro levels. There is a need for further permanent bilateral dialogue and cooperation, based on the reformed and reorganized Council of Entrepreneurs under the Cabinet of Ministers of Ukraine through a working group focused on the needs of entrepreneurship within the framework of cross-border partnership.</p>

Continuation of table 1

Strategic goals	Content part	Toolkit for implementation
	<p>- Ensuring the development of entrepreneurship in social groups, namely internally displaced persons, demobilized military</p>	<p>- Contract enforcement / out-of-court dispute resolution: contract enforcement remains ineffective and judicial settlement is not effective. This is reflected in the low position of Ukraine in the rating.</p>
	<p>- Development of innovative business activities through participation in international development programs</p>	<p>- "Doing business" according to the indicator "Ensuring the fulfillment of contracts" (81st place). It is necessary to strengthen control over the conduct of court hearings on small claims, limit the duration of adjournments, as well as the absence of electronic procedures. - Public procurement: The introduction of a more transparent electronic procurement system is important, as it reduces the risks of corruption during their implementation, while increasing their efficiency and creating a favorable investment climate. This additional business opportunity is becoming available to a wider range of businesses, but requires appropriate short-term training to increase entrepreneurial potential.</p>
<p>Improving business financing in post-war recovery</p>	<p>It is necessary to improve financing from commercial banks, diversify financial products (guarantee schemes, leasing, factoring, concession, etc.) and ensure adaptation of financial products to the needs of the business sector, since a significant share of enterprises covers their own financing needs at the expense of internal funds and retained earnings.</p>	<p>- Improving credit guarantee instruments through the creation of an independent and reliable credit guarantee fund, which will provide targeted financing to the entrepreneurial sector with reliable business plans, in particular, the creation of a credit guarantee fund under the EU SURE program. Loan guarantee schemes (hereafter SGC) are important because they remove an obstacle for commercial banks in the field of lending to enterprises that do not have appropriate collateral. Effective SGCs, which require moderate financial support to operate, could be a relatively inexpensive solution to improve access to finance for entrepreneurship. SGCs should be designed to operate on a commercial basis and be targeted at existing, viable, profitable businesses whose development is held back by the inability to meet the current collateral requirements of commercial banks. - Development of cooperation with commercial banks regarding the development of credit and guarantee mechanisms for entrepreneurship. - Improvement of legal regulation of operations with credit guarantees. - Development of optimal, transparent rules for the selection of applicants for obtaining guarantees.</p>

Continuation of table 1

Strategic goals	Content part	Toolkit for implementation
		<p>- Stimulation of more active use of leasing services by creating a favorable legislative framework; development of the subleasing mechanism; expansion of leasing structures, development of the guarantee system; reducing the cost of leasing in order to reduce the financial burden on the participants of the leasing agreement; factoring should be considered separately: this is another way for businesses to access financing using their receivables as collateral.</p> <p>- Expanding access to credit programs through the transformation of international loans into credit resources for entrepreneurship in such areas of investment financing as the introduction of new technical or technological solutions, the purchase of machinery and equipment, the expansion, adaptation and modernization of production, commercial or service facilities.</p> <p>- Facilitating the access of startups to financing within the framework of international development programs; development of lending and financing schemes, in particular, venture capital, guarantee funds for startups. Venture capital and other similar forms of financing, such as business angels or crowdfunding, are currently not very actively used by startups and the entrepreneurial sector, although domestic legislation has favorable conditions for the creation of venture funds.</p> <p>- Stimulation of lending to the export-oriented business sector.</p> <p>- Social entrepreneurship should be implemented through specific targeted programs of state support for entrepreneurship for IDPs and former military personnel. It is important to use Ukrainian and international best practices to ensure more effective targeting and support of the combination of finance and business development services for key target groups.</p>
<p>Support of entrepreneurial culture and development of corporate social responsibility in the conditions of post-war recovery</p>	<p>For the development of entrepreneurial potential and strengthening of competitive advantages in the conditions of post-war cultural recovery both at the regional and macro levels. In particular, it needs attention at all levels</p>	<p>- Entrepreneurial culture should work in the direction of creating the key competence of entrepreneurship. The most effective way to achieve this goal and develop entrepreneurial skills. For this purpose, it is considered expedient at the level of the Ministry of Education and Science to include entrepreneurship as a basic competence in educational programs and curricula at all levels of education. Training in entrepreneurial skills and laying the foundations of the culture of entrepreneurship, as well as the formation of corporate social responsibility, should be implemented as mandatory components of end-to-end educational</p>

Continuation of table 1

Strategic goals	Content part	Toolkit for implementation
	<p>of the education system. It is considered appropriate to conduct a long-term information campaign to overcome existing stereotypes, in particular, through presentations of entrepreneurial role models, stories of domestic business success, etc.</p>	<p>programs in the structure of ensuring a modern quality educational process in Ukraine.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Internationalization of entrepreneurship. Data on the development of entrepreneurship in the EU demonstrate a direct connection between international business activities and company performance. It is important to develop the network potential of enterprises, especially in key sectors of the economy. - Financial literacy for entrepreneurship. A low degree of financial literacy negatively affects the level of productivity of entrepreneurship. There is a need to raise awareness and conduct training in order to increase the level of financial literacy among entrepreneurs within the framework of interaction with commercial banks, non-bank credit and financial institutions, business associations, etc.
<p>Promotion of the internationalization of entrepreneurship in the context of the Association Agreement with the EU and the Agreement on the Free Trade Area (hereinafter UA/FTA)</p>	<p>The use of UWZVT not only opens up new opportunities, but also presents new challenges for the development of entrepreneurship. The road map of the strategic development of trade of Ukraine defines the priorities and measures of the national trade policy and the development of entrepreneurship in the conditions of post-war recovery</p>	<ul style="list-style-type: none"> - The FTAA will promote positive changes in the domestic market and trade liberalization, causing high competition, while offering wider access to capital and resources. With EU regulations, the business environment is predicted to become not only more predictable, more transparent, but also more costly in terms of compliance with regulatory requirements. It is expedient to attract entrepreneurship to international production and sales chains by encouraging business connections and industrial clusters. The WTO creates new opportunities for exporters by providing duty-free and low non-tariff barriers to the EU market, which has more than 500 million consumers. - Export readiness of the enterprise is not active. Today, only a small share of business entities is directly involved in export activities. Strengthening trade support institutions is essential to address lack of partners and a range of information challenges. Further education and professional training with an emphasis on export readiness as well as B2B co-financing is needed to develop entrepreneurial potential. - European Enterprise Network (EEN): currently, Ukraine is not sufficiently represented in the European Enterprise Network, which offers opportunities for finding trade partners inside and outside the EU. Only single ones private companies are registered with EEN. In addition, the regional representation of Ukraine should be expanded. It is also necessary to promote the participation of entrepreneurs in EEN in order to increase the number of business connections and in this

Continuation of table 1

Strategic goals	Content part	Toolkit for implementation
<p>Increasing the competitiveness and innovative potential of business</p>	<p>Helping to increase the innovative potential of business allows you to gain access to potential opportunities in foreign and domestic markets, namely: development of business support and business consulting services, creation of startup support infrastructure, assistance to companies in attracting scientific research and development, access to EU programs.</p>	<p>way to revive trade and intensify participation in value chains.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Provision of business development services aimed at increasing the efficiency of activities, competitiveness, innovation, productivity, standardization, energy efficiency, access to new domestic and international markets, which have become available due to an increase in the number of donor initiatives and initiatives of the Government of Ukraine at the national and regional levels for dissemination of best practices in the field of cross-border partnership. - Business consulting support is important, especially in the provision of those services that add significant business value within the framework of cross-border partnerships through cooperation mechanisms and membership in international business associations. - International business support organizations play an important role in supporting the development of entrepreneurship on the basis of cross-border partnerships at the regional and national levels by informing, training, providing support and protecting their members. - Development of regional and local entrepreneurship in the conditions of post-war recovery The level of entrepreneurship development differs significantly from region to region, while it is necessary to consistently implement and implement program documents within the framework of the national development strategy, as well as coordination of these efforts between regions that have such cooperation. - Development of business infrastructure. Today, Ukraine has all kinds of business infrastructure to support the development of entrepreneurship, but most of such business projects were created with the support of donors, and very often they stop functioning immediately after the end of such support. - Academic entrepreneurship is a way of transferring knowledge and technologies from the field of science and higher education to the private business sector, which can contribute to increasing innovation and competitiveness. Academic entrepreneurship is underdeveloped in part because of an ineffective infrastructure to support it. There are science parks, business incubators and other similar institutions in the system of higher education and in public scientific institutions, but they, as a rule, lack resources and

Continuation of table 1

Strategic goals	Content part	Toolkit for implementation
		<p>potential. Cooperation between institutions is limited, so they cannot take advantage of potential economies of scale and the positive effects of the learning curve (the equation between increasing efficiency and investing in the effort to increase it). It is necessary to promote the cooperation of existing science parks and all other initiatives of research institutes and institutions of higher education, which are aimed at encouraging and supporting academic entrepreneurship with an emphasis on its further development.</p> <p>- Clusters / chains of added value: there is a need to implement a comprehensive program of support and strengthening of promising clusters with a focus on the development of entrepreneurship on the basis of cross-border partnerships, in particular, using the knowledge quadrangle model – these are partnerships between enterprises, the state, donors and education and science. Currently, the integration of entrepreneurship into global value chains is one of the weakest aspects of development policy.</p> <p>- Technology transfer (TT): provides an opportunity to increase the competitiveness of entrepreneurship within the framework of cross-border partnerships. Initiatives of the EU COSME Program should promote the activation of technology transfer through participation in the European Network of Enterprises and other thematic technological platforms that become available through closer integration with the EU. In addition, additional state policy measures should be implemented that encourage the connection between business and science (for example, cluster initiatives, technology parks, dialogue between business and science, etc.), as well as stimulate the expansion of cooperation and interaction between the business sector, broad scientific circles and research institutes.</p> <p>- The COSME program is a program to increase the competitiveness of small and medium-sized businesses, has a budget of 2.3 billion euros and is aimed at strengthening the competitiveness and sustainability of Ukrainian entrepreneurship, encouraging entrepreneurial culture. The program can help improve access to financing (loan guarantees, risk capital, etc.); provide support to companies looking for partners; promote access to new markets; conduct research, etc.</p>

Source: compiled by the author on the basis [1, 3, 5, 7–10].

Research conclusions and perspectives. So, the main strategic goals for business development in the conditions of war and post-war recovery are:

1. formation of a favorable environment for business development in the conditions of war and post-war recovery;
2. provision of an institutional-organizational and normative-legal basis for business development in the conditions of war and post-war recovery;
3. improvement of business financing in conditions of war and post-war recovery;
4. support of entrepreneurial culture and development of corporate social responsibility in the conditions of war and post-war recovery;
5. promotion of the internationalization of entrepreneurship in the context of the Association Agreement with the EU and the Agreement on the Free Trade Area;
6. increasing the competitiveness and innovative potential of business in the conditions of war and post-war recovery.

The effectiveness of measures will directly depend on funding, the quality of the established monitoring, reporting and evaluation system.

References

Література

- | | |
|--|---|
| <p>1. Vavryniuk, A. A. (2008). Suchasna diialnist polskoi chastyny yevro rehionu "Bug" (suspilno-geohrafichnyi analiz): monohrafiia [Contemporary activities of the Polish part of the Euro region "Bug" (socio-geographical analysis): monograph]. Lutsk: RVV "Vezha" Volyn. nats. un-tu im. Lesi Ukrainky, 2008. 260 s. [in Ukrainian].</p> <p>2. Vyivlennia chynnykiv ta shliakhiv rozvytku transkordonnoho spivrobitnytstva prykordonnykh rehioniv Ukrainy na osnovi doslidzhennia hromadskoi dumky [Identification of factors and ways of development of cross-border cooperation of the border regions of Ukraine on the basis of public opinion research]. <i>The official website of the Regional Branch of NISD in Lviv</i>. URL: http://www.niss.lviv.ua/analytics/111.htm [in Ukrainian].</p> <p>3. Zarichna, O. V. (2018). Ekonomichna bezpeka v konteksti rozvytku transkordonnoho spivrobitnytstva: problemy ta perspektyvy [Economic security in the context of the development of cross-border cooperation: problems and prospects]. <i>Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine</i>, No. 5, P. 98–103 [in Ukrainian].</p> <p>4. Zarichna, O. V. (2018). Imitatsiine modeliuвання rozvytku pidpriemnytstva na zasadakh transkordonnoho partnerstva [Simulation modeling of the development of entrepreneurship on the basis of cross-border partnership]. <i>Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dizainu. Seriya: Ekonomichni nauky = Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design</i>.</p> | <p>1. Вавринюк А. А. Сучасна діяльність польської частини євро регіону "Буг" (суспільно-географічний аналіз): монографія. Луцьк: РВВ "Вежа" Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. 260 с.</p> <p>2. Виявлення чинників та шляхів розвитку транскордонного співробітництва прикордонних регіонів України на основі дослідження громадської думки. <i>Офіційна інтернет-сторінка Регіонального Філіалу НІСД у м. Львові</i>. URL: http://www.niss.lviv.ua/analytics/111.htm.</p> <p>3. Зарічна О. В. Економічна безпека в контексті розвитку транскордонного співробітництва: проблеми та перспективи. <i>Формування ринкових відносин в Україні</i>. 2018. № 5. С. 98–103.</p> <p>4. Зарічна О. В. Імітаційне моделювання розвитку підприємництва на засадах транскордонного партнерства. <i>Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки</i>. 2018. № 2 (121). С. 26–33. DOI: 10.30857/2413-0117.2018.2.2.</p> |
|--|---|

Series: *Economic Sciences*, No. 2 (121), P. 26–33.
DOI: 10.30857/2413-0117.2018.2.2 [in Ukrainian].

5. European Cluster Observatory official web-site (2015). URL: <http://www.clusterobservatory.eu>.

6. Henning, M., Moodysson, J., Nilsson, M. (2010). *Innovation and Regional Transformation*. In *From Clusters to New Combinations*; Region Skane: Malmö, Spain.

7. Hymer, S. (1976). *The international operations of national firms: a study of direct foreign investment*. Boston: MIT Press.

8. Kaplan, R., Norton, D. (1992). *The Balanced Scorecard – Measures that drive performance*. Harvard. P. 349–351.

9. Kurowska-Pysz, J. (2015). Problem trwałości klastrów dofinansowanych ze środków Unii Europejskiejw aspekcie nowych uwarunkowań wdrażania projektów w latach 2014–2020. In: *Book Zarzadzanie i inzynieria produkcji*. Wybrane zagadnienia; Ed. J. Kurowska-Pysz; Wydawnictwo Naukowe Wyzszej Szkoły Biznesu w Dabrowie Górniczej: Dabrowa Górnicza, Poland.

10. Minges, M. (2016). *In Search of Cross-border E-commerce Trade Data*. Technical Note No 6 Unedited, TN/UNCTAD/ICT4D/06. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d06_en.pdf.

5. European Cluster Observatory official web-site (2015). URL: <http://www.clusterobservatory.eu>.

6. Henning M., Moodysson J., Nilsson M. *Innovation and Regional Transformation*. In *From Clusters to New Combinations*; Region Skane: Malmö, Spain, 2010.

7. Hymer S. *The international operations of national firms: a study of direct foreign investment*. Boston: MIT Press, 1976.

8. Kaplan R., Norton D. *The Balanced Scorecard – Measures that drive performance*. Harvard, 1992. P. 349–351.

9. Kurowska-Pysz J. Problem trwałości klastrów dofinansowanych ze środków Unii Europejskiejw aspekcie nowych uwarunkowań wdrażania projektów w latach 2014–2020. In: *Book Zarzadzanie i inzynieria produkcji*. Wybrane zagadnienia; Ed. J. Kurowska-Pysz; Wydawnictwo Naukowe Wyzszej Szkoły Biznesu w Dabrowie Górniczej: Dabrowa Górnicza, Poland, 2015.

10. Minges M. *In Search of Cross-border E-commerce Trade Data*. Technical Note No 6 Unedited, TN/UNCTAD/ICT4D/06. 2016. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d06_en.pdf.

УДК 330.341.1:330.313(045)

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.18

Лариса В. Городянська

**Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
ВІДТВОРЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА
В ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ**

Виробництво та створення пропозиції нових товарів, послуг на підприємстві базуються на економічних ресурсах, які не є невичерпними та потребують відтворення. Отже, мета статті – визначити зв'язки між відтворенням та інноваціями як ключовими чинниками відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві. Результати дослідження отримано з використанням теоретичного аналізу літературних джерел, діалектичного методу пізнання, моделювання, декомпозиції, системного аналізу і синтезу, теоретичних узагальнень, групування й систематизування даних для формуванні поточних та кінцевих висновків. Встановлено та обґрунтовано зв'язки між відтворенням економічних ресурсів та інноваціями як ключовими чинниками відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві. Аргументовано, що ефективне відтворення ресурсів сприяє стимулюванню інновацій, які, в свою чергу, впливають на здатність підприємства до стабільного розвитку. Визначено та обґрунтовано ключові напрями відтворення ресурсів підприємства в інноваційному процесі. Зазначено, що інноваційний розвиток може базуватися на внутрішніх ресурсах та компетенціях підприємства, але також вимагає зовнішнього партнерства з дослідницькими установами. Встановлено, що відтворення економічних ресурсів та інновації є взаємопов'язаними чинниками, що суттєво впливають на розвиток підприємства. Ефективний баланс між ними може сприяти підтримці стійкого зростання конкурентоспроможності та стабільності підприємства у довгостроковій перспективі. Запропоновано відтворення та інновації на підприємстві об'єднати одним поняттям – відтворювально-інноваційний процес, який поєднує збереження ресурсів з постійним покращенням та розвитком технологій їх використання. Отримані результати наукових досліджень щодо взаємодії відтворення економічних ресурсів та інноваційних процесів дозволяє підприємству ефективно використовувати наявні ресурси для створення нових цінностей, а також адаптуватися до змінних умов ринку та забезпечувати стійкий розвиток.

Ключові слова: відтворення; інновації; підприємство; чинник; відтворювально-інноваційні процеси.

Larysa V. Gorodianska

**Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
RENEW OF THE ECONOMIC RESOURCES OF THE ENTERPRISE
IN THE INNOVATIVE PROCESS**

The process of production and creation of a supply of new goods and services at the enterprise is based on economic resources that are not inexhaustible and require renewal. Therefore, the purpose of the article is to determine the connections between renewal and innovation, as key factors of the process of renewal and innovation at the enterprise. The results of the research were obtained by using the theoretical analysis of literary sources, the dialectical method of cognition, modeling, decomposition, system analysis and synthesis, theoretical generalizations, grouping, and systematization of data for the formation of current and conclusions. The connections between the renewal of economic resources and innovations as key factors of the processes of renewal and innovation at the enterprise have been established and substantiated. It is argued that the effective renewal of resources contributes to the stimulation of innovations,

which in turn affects the ability of the enterprise for sustainable development. The key areas of renewal of the company's resources in the innovation process have been defined and substantiated. It is noted that innovative development can be based on internal resources and competencies of the enterprise but also requires external partnership with research institutions. It was established that the renewal of economic resources and innovation are interrelated factors that significantly affect the development of the enterprise. An effective balance between them can contribute to maintaining sustainable growth, competitiveness, and stability of the enterprise in the long term. It is proposed to combine renewal, and innovation at the enterprise under a single concept – a renewal and innovation process that combines the preservation of resources with the constant improvement and development of technologies for their use. The obtained results of scientific research on the interaction of renewal of economic resources and innovative processes allow the enterprise to effectively use existing resources to create new values, as well as to adapt to changing market conditions and ensure sustainable development.

Keywords: *renewal; innovation; enterprise; factor; processes of the renewal and innovation.*

Постановка проблеми. Ресурси відіграють надзвичайно важливу роль у сучасній економіці. Вони є основою будь-якого економічного процесу і визначають ефективність та продуктивність національних і світових економік. У сучасній економічній теорії розрізняють такі основні види ресурсів: природні ресурси, капітал, праця, підприємництво, інформація [1]. Провідна роль ресурсів у сучасній економіці полягає в тому, що вони є необхідними для виробництва товарів та послуг, які задовольняють потреби суспільства, тобто є підґрунтям для виробництва та створення благ. Окрім того, ресурси включають технології, які є ключовим чинником прогресу. Інновації і нові технології забезпечують зростання продуктивності праці, зниження витрат та покращення якості продукції. Економічні ресурси не є невичерпними і їхнє належне використання слугує запорукою для досягнення стабільного економічного зростання та соціального добробуту. Тому виникає потреба у відтворенні та відновленні економічних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорію та методологію відтворювального процесу економічних ресурсів на підприємстві розглянуто автором в роботі [2], де обґрунтовується здатність до відтворення економічних ресурсів, які утворюють дві великі групи: активи, до яких належать необоротні матеріальні ресурси (основні засоби, інші необоротні матеріальні активи) і необоротні нематеріальні активи та інтелектуальні ресурси підприємства (інтелектуальна чи розумова праця персоналу) [2, с. 37].

Відтворювальні процеси загалом спрямовано на підтримання та відновлення ресурсів, які підприємство використовує для власної діяльності. Це може стосуватися не лише матеріальних ресурсів, таких, як обладнання, але й людських ресурсів, знань і навичок працівників. Отже, важливо забезпечувати ефективне відтворення цих ресурсів для стабільної роботи підприємства. З іншого боку, відтворення економічних ресурсів як поновлення та забезпечення наявності різних видів ресурсів, необхідних для економічної діяльності, є критично важливим аспектом у сучасній економіці з таких основних причин, як забезпечення сталості економічного розвитку; оптимізації використання ресурсів; зниження витрат на виробництво; підвищення продуктивності і конкурентоспроможності виробництва та ін. Але інновації та нові технології також безпосередньо впливають на стан сучасної економіки. Інновації на підприємстві як форма прояву науково-технічного прогресу на мікрорівні сприяють оновленню номенклатури продукції, що випускається, підвищенню її якості з метою задоволення потреб споживачів і максимізації прибутку підприємства.

Отже, відтворювальні процеси пов'язані зі збереженням стабільності, а інноваційні процеси вказують на рух до новацій та покращень. Якщо з'єднати ці два поняття в одне – *відтворювально-інноваційні процеси на підприємстві*, то воно відобразить важливий аспект сучасного підприємництва: не лише збереження статус-кво, але й активний розвиток і впровадження нововведень для підвищення конкурентоспроможності. Цей термін також відображає ідею підвищення ефективності використання ресурсів шляхом інноваційних змін, що може включати автоматизацію, оптимізацію процесів, впровадження нових цифрових технологій, які сприяють оптимальному використанню ресурсів та зниженню витрат.

Наявність відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві свідчить про гнучкість підприємства та його здатність пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі. Наприклад, відтворювальні процеси можуть включати планування та резервування ресурсів для зменшення впливу непередбачуваних змін на діяльність підприємства, а також забезпечувати довгострокову стійкість підприємства через раціональне використання ресурсів, включаючи фінансові, людські та матеріальні ресурси. Застосування цього терміну допомагає враховувати і взаємозв'язок між відтворювальними й інноваційними аспектами діяльності підприємства. Це підкреслює, що для досягнення успіху в сучасних умовах важливо поєднувати збереження ресурсів з постійним покращенням та розвитком технологій їх використання.

Отже, відтворювально-інноваційні процеси на підприємстві мають складати базу комплексного підходу до організації діяльності підприємства з метою забезпечення ефективного використання ресурсів, розвитку та впровадження нововведень, а також адаптації до змін у навколишньому середовищі.

Варто відзначити, що у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі зв'язки між інноваціями й відтворенням економічних ресурсів досліджено недостатньо. Наприклад, не визначено й не обґрунтовано етапи інноваційного процесу на підприємстві з урахуванням відтворення економічних ресурсів, а тим більше – сутність відтворення економічних ресурсів в інноваційному процесі підприємства.

До найбільш відомих постатей зарубіжних і вітчизняних науковців, які досліджували подібні питання, але не в такій постановці, слід віднести таких учених: Йозеф Шумпетер, який у 1934 році в «Теорії економічного розвитку» [3] розширив перелік інновацій та додав інновації як ще один чинник соціально-економічного розвитку суспільства. У праці «Капіталізм, соціалізм і демократія» [4] вчений сформулював концепцію «творчого руйнування», яка охоплює основні чинники – конкуренцію та інновації, що сприяють економічному зростанню на підприємстві. За своєю суттю «творче руйнування» виникає на тлі інноваційного процесу, коли новий винахід руйнує те, що було до нього. Пітер Друкер – американський учений австрійського походження, економіст, один із самих впливових теоретиків менеджменту ХХ ст. [5; 6]; Крістенсен Клейтон – американський вчений, професор Гарвардської бізнес-школи, відомий своєю роботою в галузі дизруптивних інновацій [7]; Еверетт Роджерс – американський соціолог, який досліджував процес поширення і прийняття інновацій у суспільстві [8], Хенрі Чесбро – автор концепції «відкритих інновацій» [9]; Майкл Портер – відомий американський економіст, який досліджував конкурентні переваги і стратегії інновацій [10]. М. Кондрат'єв у праці «Проблеми економічної динаміки» [11] дослідив циклічні коливання економіки у своєму розвитку, для опису яких використовується категорія «економічний цикл». Економічні цикли доцільно розглядати в контексті коливання ринкової кон'юнктури з періодичним повторенням та наслідуванням періодів підвищення та зниження підприємницької активності. Кон'юнктура ринку характеризується не лише поточним станом її елементів, а й напрямом зміни елементів підприємства та їх сукупністю. Підйом або спад приватного та

суспільного життя залежить від пропозицій ринку, які пов'язані з інноваційною активністю підприємств.

Серед наукових робіт вітчизняних вчених з питань інновацій можна виділити роботи Н. Брюховецької, І. Булеєва [12], О. Кендюхова [13], А. Маслюківської [14] та інших.

У праці [15] наведено наукове обґрунтування відтворення об'єктів економічних ресурсів та інтелектуального потенціалу підприємства як інноваційного процесу та проаналізовано вплив інновацій на рівень відтворення економічних ресурсів. Можливість активізації відтворювальних процесів на основі впровадження інновацій на рівні окремих суб'єктів господарювання у виробничий процес розглянуто в роботах [16; 17].

Зазначені науковці складають лише частину активних дослідників, які розглядають інновації з різних точок зору та у різних контекстах. Їх роботи мають значний вплив на розвиток та розуміння інноваційного процесу в сучасному світі, але не відображають повною мірою зв'язки між інноваціями й відтворенням економічних ресурсів на підприємстві.

Мета статті та постановка завдань. З огляду на вище сказане, метою статті передбачено розкрити зв'язки між відтворенням та інноваціями як ключовими чинниками відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві.

Основними завданнями на шляху досягнення мети визначено такі:

- розкрити сутність зв'язків між відтворенням та інноваціями на підприємстві;
- визначити й обґрунтувати напрями відтворення економічних ресурсів в інноваційному процесі підприємства.

Опис методики проведення дослідження. В процесі виконання поставлених завдань застосовано такі методи дослідження:

- метод системного аналізу літературних джерел, що дозволило ознайомитися з наявними теоретичними підходами, поняттями та практичними прикладами відтворення економічних ресурсів підприємства в інноваційному контексті, визначити ключові аспекти теми та підготувати теоретичний фундамент для статті;
- діалектичний метод дозволив обґрунтувати нове поняття – «відтворювально-інноваційні процеси» на підприємстві, які об'єднують відтворювальні процеси, пов'язані зі збереженням стабільності, з інноваційними, які вказують на рух до новацій та покращень;
- метод декомпозиції, системного аналізу і синтезу дозволив розглянути інноваційні процеси та відтворення ресурсів як взаємопов'язані елементи системи підприємства та допоміг виявити, як зміни в одному аспекті можуть вплинути на інші аспекти;
- метод теоретичних узагальнень, порівняльні, абстрактно-логічні та інші підходи щодо визначення проблем та шляхів їх подолання використані при формуванні поточних та кінцевих висновків тощо.

Виклад основних результатів дослідження. Згідно із трактуванням інноваційного процесу в економічній теорії Й.А. Шумпетера [3], відтворення економічних ресурсів не належить до типів інноваційних процесів. У своїй роботі [3] Й.А. Шумпетер акцентує увагу на інноваціях як творчому руйнуванні (creative destruction) – процесі, за яким нові ідеї та технології замінюють старі, відроджуючи тим самим сучасне виробництво на місці застарілого. Автор вважав, що підприємництво та інновації є ключовими факторами економічного зростання, а нововведення генеруються у формі нових товарів, технологій, способів виробництва або організаційних структур. Продовжуючи думку автора варто звернути увагу на те, що відтворення економічних ресурсів є важливою складовою економічного процесу, оскільки гарантує стійкість і забезпечення наявності необхідних ресурсів для виробництва. Однак, з точки зору теорії Й.А. Шумпетера [3], це не відноситься до типів інноваційного процесу, який передбачає творче руйнування і створення нових ідей, технологій і підходів. Але як форма прояву інновації має тісний зв'язок з інноваційними

процесами, оскільки і відтворення економічних ресурсів, і інновації суттєво впливають на економічний розвиток і ефективність виробництва.

Незважаючи на зазначені вище природні відмінності, відтворення економічних ресурсів і типи інноваційного процесу, як чинники відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві, мають тісний зв'язок (рис. 1), оскільки обидва аспекти впливають на економічний розвиток та ефективність виробництва. Це зумовлено тим, що:



Джерело: розроблено автором на основі джерел [3; 15].

Рис. 1. Зв'язки між відтворенням економічних ресурсів та інноваціями як чинниками відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві

По-перше, основною метою відтворення економічних ресурсів є забезпечення сталості виробництва та економічного розвитку. Відтворення передбачає дбайливе використання ресурсів, підтримку людського капіталу, забезпечення сталості інфраструктури та вдосконалення організаційних методів виробництва.

По-друге, інновації виступають як ключовий рушій економічного розвитку. Інновації несуть нововведення у вигляді нових товарів, нових технологій, нових методів виробництва або нових способів організації підприємництва. Постійні інновації створюють нові можливості для підприємств, розвивають нові ринки та стимулюють зростання ефективності виробництв.

Дослідження засвідчило, що зв'язки між відтворенням економічних ресурсів та інноваціями у відтворювально-інноваційних процесах на підприємстві полягають у такому.

Ефективне відтворення ресурсів забезпечує наявність необхідної бази для розробки та впровадження інновацій, що є *сприянням інноваціям через відтворення* ресурсів. Наприклад, інновації в дослідженнях і розвитку підприємства, що спрямовані на забезпечення сталості використання природних ресурсів, можуть призвести до відкриття нових технологій або процесів, які зберігають ресурси або покращують екологічний стан.

Інновації можуть сприяти *оптимізації використання ресурсів*. Наприклад, розробка нових технологій виробництва може знизити споживання енергії або матеріалів, що забезпечить більш ефективне використання обмежених ресурсів.

Інновації можуть бути *реакцією на потреби відтворення* ресурсів, способом оптимізації використання ресурсів. Постійне вдосконалення технологій та процесів може

виникати як відповідь на необхідність відтворення ресурсів або вирішення проблем екологічної стійкості.

Наприклад, пошук альтернативних джерел енергії може бути наслідком необхідності зниження залежності від обмежених ресурсів вуглеводнів та ін.

Отже, інновації та відтворення економічних ресурсів як чинники відтворювально-інноваційних процесів взаємопов'язані та взаємодоповнюють одне одного, сприяючи сталому економічному розвитку та підвищенню продуктивності на підприємстві.

З огляду на таке розмаїття видів відтворювально-інноваційних процесів, Пітер Друкер [5] наголошував на важливості постійного розвитку та адаптації підприємств до зовнішніх умов для успішної конкуренції та довгострокового успіху.

Йозеф Шумпетер [3] вважав, що інноваційний процес (краще сказати – відтворювально-інноваційний процес) являє собою один із ключових чинників виробництва, які сприяють розвитку економіки. Продовжуючи думку Йозефа Шумпетера, варто зазначити що в сучасних умовах запровадження нового товару або послуги є результатом відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві. Він може вплинути на залучення нових споживачів, задоволення їхніх нових потреб і заміщення застарілих продуктів. Нові товари можуть бути абсолютно інноваційними, такими що ніколи раніше не існували, або бути поліпшеними версіями вже існуючих.

Інновації вимагають наявності та належного управління ресурсами, які забезпечують здатність підприємства здійснювати творчі зміни, розробляти нові ідеї, впроваджувати нові технології та покращувати продукти та послуги. На рис. 2 наведено *ключові напрями відтворення* економічних ресурсів підприємства в інноваційному процесі.



Джерело: складено автором на основі джерела [15].

Рис. 2. Ключові напрями відтворення ресурсів підприємства в інноваційному процесі

До ключових напрямів відтворення економічних ресурсів підприємства в інноваційному процесі слід віднести наступні.

Відтворення та ефективне управління матеріальними ресурсами, оскільки підприємствам необхідні матеріальні ресурси, такі, як сировина, матеріали, технологічне обладнання та інфраструктура, для впровадження нових ідей і технологій. Відтворення та

ефективне управління необоротними матеріальними ресурсами є важливим для стимулювання інновацій та розробки нових продуктів та послуг.

Відтворення людського капіталу підприємства передбачає інвестиції в освіту, навчання та розвиток персоналу, що стимулює творчість та здатність до інновацій. Інновації потребують кваліфікованих працівників, які мають знання, навички та інноваційний потенціал.

Відтворення інформаційних ресурсів відкриває доступ до актуальної інформації та даних і є важливим важелем для розробки та впровадження інновацій. Використання інформаційних технологій, аналіз даних та використання результатів новітніх досліджень знижують рівень невизначеності та сприяють прийняттю обґрунтованих рішень.

Залучення фінансових ресурсів і оптимальне фінансове планування відтворення дозволяють підприємствам здійснювати інвестиції в дослідження та розвиток, придбання нових технологій і поширення нових ідей. Інновації можуть бути дорогими і вимагати фінансових вкладень.

Відтворення ефективних організаційних структур і процесів дозволяє підприємствам залучати інновації. Гнучка та сприятлива організаційна культура стимулює розвиток нових ідей у виробництві, маркетингу, управлінні та інших сферах діяльності і адаптує до сприйняття ризику, пов'язаного з інноваціями.

Взагалі, відтворення економічних ресурсів підприємства впливає на його здатність до інноваційного розвитку і успіху на ринку. Підприємства, які грамотно використовують свої ресурси для стимулювання інновацій та розвитку, мають перевагу над конкурентами та більші шанси на досягнення успіху в сучасному глобальному середовищі.

Висновки й перспективи подальших досліджень. У результаті дослідження:

1. Встановлено та обґрунтовано зв'язки між відтворенням економічних ресурсів та інноваціями, як визначальними чинниками відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві. Дослідження підтверджує, що ефективне використання ресурсів, які включають матеріальні, фінансові, людські та інші види, є важливою передумовою для створення та реалізації інноваційних ідей.

2. Визначено ключові напрями відтворення ресурсів підприємства в інноваційному процесі. У статті підкреслюється важливість залучення та розвитку внутрішніх компетенцій та ресурсів, сприяючи створенню інноваційних команд та внутрішнього інноваційного середовища. Крім того, зовнішнє партнерство з дослідницькими установами та іншими компаніями дозволяє розширити доступ до нових знань та технологій.

3. Обґрунтовано значення відтворення економічних ресурсів у сприянні інноваційному розвитку підприємства. Встановлено зв'язки між ресурсами та інноваціями та визначено ключові напрями відтворення, що допоможе зрозуміти та впровадити стратегії, спрямовані на підтримку сталого інноваційного зростання.

Це дослідження створює підґрунтя для подальшої реалізації практичних заходів з оптимізації відтворення ресурсів в інноваційних процесах підприємства. Крім того, напрями подальших досліджень мають бути пов'язані з розробленням структурно-функціональної моделі відтворювально-інноваційних процесів на підприємстві.

References

Література

- | | |
|---|---|
| 1. Melnyk, O. M. (2019). Resursy pidpryiemstva: kontseptualni aspekty systemy upravlinnia v umovakh stiiikoho rozvytku [Enterprise resources: conceptual aspects of the management system in conditions of sustainable development]. <i>Naukovyj visnyk</i> | 1. Мельник О. М. Ресурси підприємства: концептуальні аспекти системи управління в умовах стійкого розвитку. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i> . 2019. |
|---|---|

- Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu = Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*, Vol. 23, Part 2, P. 17–22. URL: <http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/index.php/23-2019> [in Ukrainian].
2. Gorodianska, L. V. (2013). Vidtvoriuvani ekonomichni resursy: teoriia ta metodolohiia obliku i analizu: monohrafiia [Renewable economic resources: theory and methodology of accounting and analysis: monograph]. Kyiv: KNEU. 259 p. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/31146> [in Ukrainian].
3. Shumpeter, Y. A. (2011). Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidсотka ta ekonomichnoho tsyклу [The Theory of Economic Development: A Study of Profits, Capital, Credit, Interest, and the Economic Cycle]. Translation from English V. Starko. Kyiv: Vydavnychi dim "Kyievo-Mohylianska akademiia". 242 p. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Shumpeter_Yozef_A/Teoriia_ekonomichnoho_rozvytku_Doslidzhennia_prybutkiv_kapitalu_kredytu_vidсотka_ta_ekonomichnoho_ts/ [in Ukrainian].
4. Shumpeter, Y. A. (1995). Kapitalizm, sotsializm i demokratiia [Capitalism, socialism and democracy]. Translation from English V. Ruzhytskyi ta P. Tarashchuk. Kyiv: Vyd-vo "Osnovy". 528 p. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Shumpeter_Yozef_A/Kapitalizm_sotsializm_i_demokratiia.pdf [in Ukrainian].
5. Drucker, P. F. (1985). Innovation and entrepreneurship. Practice and principles. URL: http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF.
6. Druker, P. F., Makjarello, Dzh. A. (2010). Menedzhment [Management]. Translation from English. 704 p. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B6xhkmsz1gLLcXZIN05pcGF3Y3c/view?resourcekey=0-AoSQpgPyx37kdSQQGYBLA> [in Russian].
7. Kristensen, K. (2020). Zolotoj fond HBR: pjat' statej Klejtona Kristensena [Clayton Christensen. HBR Gold Fund: Five Articles by Clayton Christensen]. *Bolshie idei*: veb-sajt. URL: <https://big-i.ru/innovatsii/upravlenie-innova-tsiyami/821543/> [in Russian].
8. Everett, M. R. (1971). Diffusion of Innovations. URL: <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/>
- Вип. 23, Ч. 2. С. 17–22. URL: <http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/index.php/23-2019>.
2. Городянська Л. В. Відтворювані економічні ресурси: теорія та методологія обліку і аналізу: монографія. Київ: КНЕУ, 2013. 259 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/31146>.
3. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Пер. з англ. В. Старка. Київ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2011. 242 с. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Shumpeter_Yozef_A/Teoriia_ekonomichnoho_rozvytku_Doslidzhennia_prybutkiv_kapitalu_kredytu_vidсотka_ta_ekonomichnoho_ts/
4. Шумпетер Й. А. Капіталізм, соціалізм і демократія. Пер. з англ. В. Ружицького та П. Таращука. Київ: Вид-во "Основи", 1995. 528 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Shumpeter_Yozef_A/Kapitalizm_sotsializm_i_demokratiia.pdf.
5. Drucker P. F. Innovation and entrepreneurship. Practice and principles. 1985. URL: http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF.
6. Друкер П. Ф., Макьярелло Дж. А. Менеджмент. Пер. с англ. 2010. 704 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B6xhkmsz1gLLcXZIN05pcGF3Y3c/view?resourcekey=0-AoSQpgPyx37kdSQQGYBLA>.
7. Кристенсен К. Золотой фонд HBR: пять статей Клейтона Кристенсена. *Большие идеи*: веб-сайт. 2020. URL: <https://big-i.ru/innovatsii/upravlenie-innova-tsiyami/821543/>.
8. Everett M. R. Diffusion of Innovations. 1971. URL: <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/>

everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf.

9. Chesbrough, H. (2003). Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. 227 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=4hTRWStFhVgC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

10. Porter, M. (2016). Konkurentnaja strategija: Metodika analiza otraslej i konkurentov: onlajn kniga [Competitive strategy: Methodology for analyzing industries and competitors: online book]. Translation I. G. Minevrin. 2016. URL: http://love-read.ec/view_global.php?id=66238 [in Russian].

11. Kondratiev, M. D. (1989). Problemy ekonomichnoi dynamiki [Problems of economic dynamics]. *Ekonomika*. 526 p. [in Ukrainian].

12. Briukhovetska, N. Yu., Bulieiev, I. P. (2019). Resursy i mekhanizmy investytsiino-innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv Ukrainy [Resources and mechanisms of investment and innovation development of industrial enterprises of Ukraine]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy = Herald of economic science of Ukraine*, № 1 (36), P. 11–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2019_1_5 [in Ukrainian].

13. Kendiukhov, O. V., Bolhov, V. Ye., Tarapata, S. O. (2019). Doslidzhennia tendentsii innovatsiinoho rozvytku ekonomiky Ukrainy [Study of trends in the innovative development of the economy of Ukraine]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy = Herald of economic science of Ukraine*, № 2 (37), P. 82–87. URL: <http://www.venu-journal.org/download/2019/2/14-Kendiukhov.pdf> [in Ukrainian].

14. Masliukivska, A. (2013). Innovatsiina teoriia Yozefa Shumpetera: vid klasychnoho vyznachennia poniattia "innovatsiia" do suchasnoho rozuminnia innovatsiinykh idei [Joseph Schumpeter's innovation theory: from the classical definition of the concept of "innovation" to the modern understanding of innovative ideas]. *Ekonomika = Economy*, № 3 (145), P. 59–61. URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/145_21.pdf [in Ukrainian].

15. Gorodianska, L. V. (2021). Vidtvorennia ekonomichnykh resursiv: innovatsiinyi aspekt [Reconstitution of the Economic Resources:

[press.com/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf](https://books.google.com.ua/books?id=4hTRWStFhVgC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).

9. Chesbrough H. Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. 2003. 227 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=4hTRWStFhVgC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

10. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: онлайн книга. Пер. И. Г. Миневрин. 2016. URL: http://love-read.ec/view_global.php?id=66238.

11. Кондрат'єв М. Д. Проблеми економічної динаміки. Економіка, 1989. 526 с.

12. Брюховецька Н. Ю., Булеєв І. П. Ресурси і механізми інвестиційно-інноваційного розвитку промислових підприємств України. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 1 (36). С. 11–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2019_1_5.

13. Кендюхов О. В., Болгов В. Є., Тарапата С. О. Дослідження тенденцій інноваційного розвитку економіки України. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2 (37). С. 82–87. URL: <http://www.venu-journal.org/download/2019/2/14-Kendiukhov.pdf>.

14. Маслюківська А. Інноваційна теорія Йозефа Шумпетера: від класичного визначення поняття "інновація" до сучасного розуміння інноваційних ідей. *Економіка*. 2013. № 3 (145). С. 59–61. URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/145_21.pdf.

15. Городянська Л. В. Відтворення економічних ресурсів: інноваційний аспект. *Вісник економічної науки*

- Innovative Basis]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy = Herald of economic science of Ukraine*, № 1 (40), P. 99–105. URL: <http://www.venu-journal.org/2021-14013/> [in Ukrainian].
16. Pohrishchuk, H. B., Melnyk, V. I. (2016). Napriamy aktyvizatsii vidtvoriuvalnykh protsesiv v systemi innovatsiino-orientoivanoho silskohospodarskoho vyrobnytstva [Directions of activation of reproductive processes in the system of innovation-oriented agricultural production]. P. 105–108. URL: <https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/149703/105-108.pdf> [in Ukrainian].
17. Dorohan-Pysarenko, L. O., Yehorova, O. V., Panchenko, I. H. (2020). Osoblyvosti analizu efektyvnosti vprovadzhennia tekhnolohichnykh innovatsii v silskomuhospodarstvi [Peculiarities of the analysis of the effectiveness of the introduction of technological innovations in agriculture]. *Nauka ta innovatsii = Science and innovation*, Vol. 16, № 3, P. 27–38. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/184845> [in Ukrainian].
- України. 2021. № 1 (40). С. 99–105. URL: <http://www.venu-journal.org/2021-14013/>
16. Погріщук Г. Б., Мельник В. І. Напрями активізації відтворювальних процесів в системі інноваційно-орієнтованого сільськогосподарського виробництва. 2016. С. 105–108. URL: <https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/149703/105-108.pdf>.
17. Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В., Панченко І. Г. Особливості аналізу ефективності впровадження технологічних інновацій в сільському господарстві. *Наука та інновації*. 2020. Т. 16, № 3. С. 27–38. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/184845>.

УДК 339.35

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.19

Айнура Кярам кизи Мосумова, Євген Ю. Пурей
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна
**ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ:
МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ**

Ефективність бізнесу в умовах цифровізації залежить від різноманітних факторів, які включають в себе технологічні інновації, стратегічне управління, цифровий маркетинг та адаптацію до нових реалій. Підприємства повинні впроваджувати нові технології та цифрові інновації для оптимізації бізнес-процесів, поліпшення ефективності та забезпечення конкурентоспроможності. Підприємства повинні бути готовими адаптуватися до змін у технологічному середовищі, ринкових умов та вимог споживачів. Метою представленої роботи є визначення основних складових ефективності бізнесу в умовах цифровізації. Визначити місце маркетингового комплексу в забезпеченні сталого розвитку та конкурентоспроможності підприємництва. Основними методами, що використовуються в роботі є: методи аналізу та синтезу для визначення основного дієвого інструментарію бізнесу в умовах цифровізації для забезпечення його стабільності на ринку, методи дедукції та індукції для виявлення маркетингового аспекту впливу на процес становлення сталої бізнес-системи, метод порівняння для розуміння процесу підприємницької діяльності в традиційних умовах та в умовах цифровізації та графічний метод для схематичного відображення основних результатів проведеного дослідження. Основними результатами дослідження є такі аспекти: збір, аналіз та використання даних є критичними для розуміння потреб клієнтів, прогнозування тенденцій ринку та прийняття обґрунтованих рішень; використання інструментів для управління бізнес-процесами дозволяє підприємствам підвищити продуктивність та впроваджувати зміни швидше; розвинена стратегія цифрового маркетингу, наявність в Інтернеті та активна взаємодія в онлайн-середовищі сприяють залученню клієнтів; компанії, що впроваджують інноваційні технології та практики, зазвичай мають перевагу в конкурентному середовищі; забезпечення безпеки цифрових активів та інформації є критично важливим елементом ефективного бізнесу в умовах цифровізації; розвиток цифрових компетенцій у власному персоналі та залучення талановитих фахівців; співпраця з іншими компаніями, створення стратегічних партнерств та участь у цифрових екосистемах. Загалом, ефективність бізнесу в умовах цифровізації визначається глибиною та успішністю впровадження цифрових стратегій, а також готовністю адаптуватися до умов навколишнього середовища, що швидко змінюються та вимог ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність; цифрова економіка; економічний процес; діджиталізація; маркетинг; маркетинговий інструментарій; цифрові технології; цифровізація; цифровий маркетинговий інструментарій; індустрія 4.0; маркетингова діяльність.

Ainura Kyaram kyzy Mosumova, Eugen Yu. Purey
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine
**BUSINESS EFFICIENCY IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION:
MARKETING ASPECT**

The effectiveness of business in the conditions of digitalization depends on various factors, which include technological innovations, strategic management, digital marketing and adaptation to new realities. Enterprises must implement new technologies and digital innovations to optimize business processes, improve efficiency and ensure competitiveness. Enterprises must be ready to

adapt to changes in the technological environment, market conditions and consumer demands. The purpose of the presented work is to determine the main components of business efficiency in the conditions of digitalization. Determine the place of the marketing complex in ensuring the sustainable development and competitiveness of entrepreneurship. The main methods used in the work are: methods of analysis and synthesis to determine the main effective tools of business in conditions of digitalization to ensure its stability on the market, methods of deduction and induction to identify the marketing aspect of the influence on the process of becoming a sustainable business system, a method of comparison for understanding of the process of entrepreneurial activity in traditional languages and in the conditions of digitization and a graphic method for the schematic display of the main results of the conducted research. The main findings of the study are the following aspects: the collection, analysis and use of data are critical for understanding customer needs, forecasting market trends and making informed decisions; the use of business process management tools allows enterprises to increase productivity and implement changes faster; developed digital marketing strategy, presence on the Internet and active interaction in the online environment contribute to attracting customers; companies that implement innovative technologies and practices usually have an advantage in the competitive environment; ensuring the security of digital assets and information is a critically important element of effective business in the conditions of digitalization; development of digital competences in own personnel and attraction of talented specialists; cooperation with other companies, creation of strategic partnerships and participation in digital ecosystems. In general, the effectiveness of business in the conditions of digitalization is determined by the depth and success of the implementation of digital strategies, as well as the readiness to adapt to rapidly changing environmental conditions and market requirements.

Keywords: *competitiveness; digital economy; economic process; digitalization; marketing; marketing tools; digital technologies; digitalization; digital marketing tools; Industry 4.0; marketing activity.*

Постановка проблеми. Сьогодні всі підприємницькі ініціативи знаходяться під постійним впливом трансформаційних змін і цифровізації. Підприємства формують свої віртуальні представництва та будують структуру бренд-сайту з тою умовою, щоб бути адаптованими до нового інформаційного простору. Все це формує сучасну цифрову економіку, яка є рушійною силою сучасного глобального ринку. Ефективність бізнесу в умовах цифровізації в значній мірі залежить від успішної інтеграції цифрових маркетингових стратегій та інструментів. Нижче наведено ключові маркетингові аспекти, які впливають на ефективність бізнесу в цифрову епоху:

- розвиток ефективного цифрового маркетингу, включаючи контент-маркетинг, пошукову оптимізацію (SEO), рекламу в Інтернеті та соціальні медіа, допомагає підприємствам залучати та утримувати клієнтів в онлайн-середовищі;

- використання аналітики даних дозволяє бізнесам персоналізувати комунікації та пропозиції для різних сегментів аудиторії, підвищуючи рівень задоволеності клієнтів;

- розширення присутності в електронній торгівлі та оптимізація для мобільних пристроїв дозволяє підприємствам досягати більшого клієнтського базару та поліпшувати зручність покупок;

- використання інструментів автоматизації дозволяє підприємствам ефективно управляти маркетинговими кампаніями, автоматизувати комунікації та взаємодію з клієнтами на різних етапах воронки продажів;

- збір та аналіз великих обсягів даних допомагає бізнесам розуміти поведінку клієнтів, прогнозувати тенденції та адаптувати маркетингові стратегії для досягнення більшої ефективності;
- використання інтерактивного контенту, такого як відео, вебінари, опитування, дозволяє підприємствам взаємодіяти з аудиторією та створювати більш глибокі зв'язки;
- активна присутність в соціальних мережах, співпраця з впливовими особистостями та використання соціального медіа-маркетингу дозволяють досягати більшої обізнаності та залучати цільову аудиторію;
- впровадження штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, автоматизації процесів та прогнозування ринкових тенденцій;
- використання географічної інформації для точного спрямування маркетингових кампаній на конкретні регіони або локації;
- використання інструментів для моніторингу активності конкурентів та аналізу ринкових трендів для адаптації стратегій.

В цілому, ефективність бізнесу в умовах цифровізації визначається не тільки використанням новітніх технологій, але і здатністю адаптуватися до нових реалій ринку та реагувати на зміни в поведінці споживачів. Підприємства, які успішно інтегрують цифрові стратегії та використовують передові маркетингові практики, мають можливість не лише утримувати свою аудиторію, але й привертати нових клієнтів, підвищувати конверсію та підвищувати загальну ефективність бізнесу.

Цифрова трансформація вимагає від підприємств не лише впровадження нових технологій, але і зміни в менталітеті, стратегіях та способах взаємодії з клієнтами. Всі аспекти діяльності, від розробки продукту до комунікації з клієнтами, стають більш цифровізованими. Швидкість у використанні цифрових інструментів та адаптація до швидко змінних умов ринку стають важливими факторами для досягнення успіху в цифровій епохі.

Аналіз сучасної літератури. Ефективність бізнесу – це комплексна характеристика, яка визначає, наскільки результативно підприємство досягає своїх цілей та завдань. Складові ефективності бізнесу можуть включати різноманітні аспекти, і їх можна розглядати з різних точок зору. Саме тому дослідження даної проблематики є різнобічним та привертає увагу багатьох дослідників, економістів та вчених.

Так особливості використання маркетингового інструментарію для підвищення ефективності підприємницької діяльності, різні новітні маркетингові інструменти, брендингові аспекти знайшли своє відображення в роботах таких відомих закордонних вчених як: Ф. Котлер (P. Kotler) [3], С. Кемп (S. Kemp) [2], Л. Андерсон (L. Andersson) [5], А. Ману (A. Manu) [6].

Вітчизняні дослідники звертають увагу також на представлену проблематику та досліджують її різні аспекти. М. Окландер [13, 14] в своїх останніх роботах приділяє багато уваги цифровізації маркетингової діяльності та використанню маркетингового цифрового комплексу для підвищення конкурентоспроможності та ефективності бізнесу.

О. Булатова [7], О. Іващенко [7, 16], А. Крисоватий [4], О. Птащенко [7, 15, 16], Н. Резнікова [7, 16], С. Хаминич [8], І. Шевченко [20, 21] в своїх роботах торкаються різних аспектів підвищення ефективності бізнесу в умовах цифровізації, розглядаючи використання високих технологій для здійснення операційної діяльності підприємств, аналізуючи споживчу активність та загальної цифровізації бізнесу.

С. Гриценко [9], Л. Дибчук [10], А. Манько [11], В. Мозгова [12], І. Решетнікова [17], В. Рубан [18], М. Сагайдак [19] розглядають ефективність бізнесу та врахування маркетингового аспекту в поєднанні з управлінським комплексом та загальною інформатизацією.

Саме тому представлене дослідження є актуальним та своєчасним, але через динамічних розвиток сучасної економічної науки потребує подальших досліджень

Метою представленої роботи є визначення основних особливостей ефективності бізнесу в умовах цифровізації, оптимізація маркетингового інструментарію ведення бізнесу та особливості цифровізації економічних процесів.

Результати дослідження. Ефективність бізнесу в умовах цифровізації визначається здатністю підприємства використовувати цифрові технології для оптимізації операцій, вдосконалення взаємодії з клієнтами та партнерами, підвищення продуктивності та забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Основні аспекти, які впливають на ефективність бізнесу в умовах цифровізації, включають наступні елементи характеристики яких доцільно представити в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні аспекти ефективності бізнесу

Складова	Характеристика
Оптимізація бізнес-процесів	Використання цифрових інструментів для автоматизації та оптимізації внутрішніх операцій, що призводить до підвищення ефективності та зниження витрат.
Цифровий маркетинг та комунікації	Впровадження цифрових стратегій маркетингу, включаючи використання соціальних мереж, контент-маркетингу, електронної реклами та інших інструментів для залучення та утримання клієнтів.
Аналітика та Business Intelligence	Використання аналітичних інструментів для збору та аналізу даних, що допомагає приймати обґрунтовані стратегічні рішення та прогнозувати тенденції ринку.
Цифровий облік та фінансовий менеджмент	Застосування цифрових інструментів для обліку та управління фінансами, включаючи електронні системи бухгалтерії та фінансовий аналіз.
Електронна комерція та цифрові платіжні системи	Розширення онлайн-продажів та використання безготівкових цифрових платіжних систем для зручності клієнтів та оптимізації операцій.
Інновації та дослідження ринку	Впровадження новаторських рішень та технологічних інновацій, що дозволяє підприємству залишатися на передовому ринку та задовольняти змінні потреби клієнтів.
Цифрова трансформація взаємодії з клієнтами	Використання інтерактивних платформ, чат-ботів, персоналізованих сервісів для поліпшення взаємодії з клієнтами та надання їм більшого комфорту та зручності.
Забезпечення кібербезпеки	Розробка та впровадження ефективних заходів забезпечення кібербезпеки для захисту важливої інформації та уникнення кіберзагроз.
Гнучкість та агільність	Здатність швидко реагувати на зміни в бізнес-середовищі та впроваджувати нові ідеї та стратегії.
Розвиток навичок персоналу	Навчання персоналу новим технологіям та методам роботи, що дозволяє підприємству максимально використовувати переваги цифрової трансформації.

Джерело: складено авторами на основі [4, 6, 7, 9, 11].

Ці аспекти взаємодіють між собою, і успішна цифрова трансформація вимагає інтеграції цих компонентів у загальну стратегію бізнесу. Здатність використовувати цифрові можливості для покращення всіх аспектів діяльності дозволяє підприємствам збільшити конкурентоспроможність та ефективність в умовах цифрової економіки. Також ефективність

бізнесу в умовах цифровізації залежить від вдалої інтеграції та використання цифрових технологій для досягнення стратегічних цілей та забезпечення стійкого розвитку. За правильного підходу цифрові технології можуть значно поліпшити ефективність та конкурентоспроможність бізнесу.

Саме тому в умовах цифровізації бізнесу особливої уваги набуває цифро візований бізнес-процес. Спираючись на теоретичний базис дослідження [13, 15, 18–20] можливо зазначити, що цифровізований бізнес-процес є сукупністю дій та операцій, які виконуються за допомогою цифрових технологій та інформаційних систем з метою оптимізації, автоматизації та покращення ефективності бізнесу. Основна сутність цифровізованого бізнес-процесу полягає в переході від традиційних, ручних або паперових методів ведення бізнесу до використання сучасних цифрових інструментів та технологій.

Основні характеристики цифровізованого бізнес-процесу включають:

- застосування автоматизованих інструментів та програм для виконання рутинних завдань, що зменшує ймовірність помилок та підвищує швидкість виконання завдань;
- об'єднання різних систем та джерел даних для покращення обміну інформацією та забезпечення її єдності;
- заміна традиційного оформлення документів електронними формами для спрощення обробки та обміну інформацією;
- застосування аналітичних інструментів для отримання цінної інформації з великих обсягів даних для прийняття обґрунтованих рішень;
- забезпечення можливості використання та управління бізнес-процесами через мобільні пристрої;
- збереження та обробка даних в хмарних сервісах для підвищення доступності та швидкості роботи;
- впровадження стратегій, спрямованих на використання цифрових технологій для досягнення конкретних бізнес-цілей;
- видалення зайвих кроків та оптимізація послідовності дій для полегшення роботи та зменшення часу виконання завдань.

Цифровізація бізнес-процесів дозволяє підприємствам стати більш гнучкими, конкурентоспроможними та адаптованими до швидко змінного бізнес-середовища. Успішна цифрова трансформація може призвести до покращення продуктивності, зниження витрат та збільшення задоволеності клієнтів.

Використання маркетингового інструментарію є ключовим для підвищення ефективності бізнесу. Це охоплює широкий спектр стратегій та методів, які дозволяють привертати увагу, залучати клієнтів, підвищувати продажі та будувати сильний бренд. Представимо деякі засоби та методи, які можуть бути використані в таблиці 2.

Таблиця 2

Особливості маркетингового інструментарію для бізнесу

Складова	Характеристика
1	2
Дослідження ринку та аналітика:	
SWOT-аналіз	Визначення сильних сторін, слабких сторін, можливостей та загроз.
Аналіз конкурентів	Вивчення стратегій та результатів конкурентів для визначення конкурентної переваги.
Сегментація та таргетування:	
Сегментація ринку	Розділення ринку на групи зі схожими характеристиками.

Продовження табл. 2

1	2
Таргетування	Визначення конкретних аудиторій для спрямування маркетингових зусиль.
Позиціонування та брендінг:	
Позиціонування продукту	Створення унікального образу продукту чи послуги.
Брендінг	Розробка та підтримка сильного бренду, який відзначається у свідомості споживачів.
Інтернет-маркетинг:	
Соціальні мережі	Активна присутність у соціальних мережах для залучення та взаємодії з аудиторією.
Пошукова оптимізація (SEO)	Оптимізація веб-сайту для підвищення його видимості у пошукових системах.
Електронна комерція	Розвиток та оптимізація онлайн-торгівлі.
Email-маркетинг та CRM:	
Email-кампанії	Використання електронної пошти для розсилки пропозицій, акцій та інформації клієнтам.
CRM-системи	Використання систем управління відносинами з клієнтами для збереження та аналізу даних.
Контент-маркетинг:	
Створення цікавого контенту	Блоги, відео, інфографіка та інші формати для привертання та утримання уваги аудиторії.
SEO-оптимізований контент	Створення контенту, який відповідає попиту у пошукових системах.
Аналіз та оптимізація:	
Вимірювання KPI	Визначення та вимірювання ключових показників ефективності.
A/B тестування	Порівняння різних версій маркетингових матеріалів для вибору найефективніших.
Участь у тенденціях та інноваціях:	
Впровадження нових технологій	Використання інноваційних інструментів та технологій для покращення маркетингових стратегій
Маркетингові кампанії та промоакції:	
Рекламні кампанії	Створення рекламних кампаній для привертання нових клієнтів.
Знижки та акції	Впровадження промоакцій для стимулювання продажів.

Джерело: складено авторами на основі [5, 8–10, 12, 19].

Використання цих маркетингових інструментів допомагає підприємствам залучати, утримувати та розвивати клієнтську базу, підвищувати свій конкурентний потенціал та досягати стратегічних цілей.

Цифровий маркетинговий інструментарій є невід'ємною частиною стратегії багатьох сучасних підприємств для підвищення ефективності бізнесу. Він дозволяє залучати увагу, взаємодіяти з аудиторією та підвищувати продажі. Представимо деякі ключові компоненти цифрового маркетингового інструментарію:

- забезпечення привабливого та функціонального веб-сайту, який відповідає потребам аудиторії [21];
- використання ключових слів та оптимізація контенту для покращення позицій в пошукових системах;
- визначення платформ, де знаходиться цільова аудиторія, та розробка стратегії взаємодії;
- використання спонсорованих оголошень для залучення нових клієнтів;
- відправлення персоналізованих та релевантних повідомлень аудиторії;
- використання інструментів для автоматизації маркетингових процесів та навіть персоналізації взаємодій з клієнтами;
- розробка контенту, який відповідає попиту у пошукових системах;
- використання рекламних кампаній для збільшення видимості та привертання цільового трафіку;
- використання аналітичних інструментів для вимірювання ефективності та вивчення поведінки користувачів;
- збір та аналіз великих обсягів даних для визначення трендів та прогнозування.
- використання рекламних форм важливим для підприємств в умовах швидко змінного цифрового середовища, де споживачі отримують доступ до інформації та товарів через Інтернет;
- використання алгоритмів для адаптації рекламних пропозицій до індивідуальних потреб клієнтів;
- створення віртуальних просторів для покупок та тестування продуктів.

Представлені інструменти цифрового маркетингу допомагають підприємствам створювати гнучкі та ефективні маркетингові кампанії, а також налаштовувати взаємодію з клієнтами на основі їхніх потреб та попиту. Використання цифрового маркетингу дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними та ефективно пристосовуватися до швидко змінного бізнес-середовища.

Висновки. Таким чином, ефективність бізнесу в умовах цифровізації може бути визначена через ряд ключових висновків:

- використання цифрових технологій і автоматизація процесів можуть призвести до підвищення продуктивності працівників і оптимізації бізнес-процесів;
- цифровізація дозволяє бізнесу бути більш гнучким і швидко адаптуватися до змін в економічному середовищі, запитах клієнтів і конкурентному тискові;
- цифрові технології створюють унікальні можливості для створення та вдосконалення продуктів і послуг, а також для введення інновацій на ринок;
- підприємства, які ефективно впроваджують цифрові технології, можуть отримати перевагу перед конкурентами завдяки зменшенню витрат і покращенню якості обслуговування;
- з впровадженням цифрових систем виникає важливе завдання забезпечення безпеки і захисту конфіденційної інформації. Заходи з кібербезпеки стають важливою складовою ефективного бізнес-управління;
- цифрові інструменти дозволяють взаємодіяти з клієнтами більш ефективно, персоналізувати обслуговування та вивчати їхні потреби;
- за допомогою цифрових технологій можна збирати і обробляти великі обсяги даних, що дозволяє зробити більш обґрунтовані стратегічні рішення за допомогою аналізу даних;
- цифровізація може призвести до оптимізації бізнес-процесів, автоматизації завдань і, таким чином, зниження загальних витрат на підприємстві.

Загалом, успішна цифровізація веде до підвищення конкурентоспроможності та ефективності бізнесу, проте вимагає від організацій гнучкості, інноваційного підходу та уважного ставлення до питань кібербезпеки.

References

Література

1. Digital Transformation of Industries (2016). Industry Agenda, World Economic Forum. URL: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wpcontent/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef-digital-transformation-2016-exec-summary.pdf>.
1. Digital Transformation of Industries. Industry Agenda, World Economic Forum, 2016. URL: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wpcontent/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef-digital-transformation-2016-exec-summary.pdf>.
2. Kemp, S. (2020). DIGITAL 2020: Global Digital Overview. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digitaloverview>.
2. Kemp S. DIGITAL 2020: Global Digital Overview. 2020. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digitaloverview>.
3. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Somerset: Wiley.
3. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Somerset: Wiley, 2016.
4. Krysovaty, A. I., Sokhatska, O. M., Skavronska, I. V. et al. (2018). Chetverta promyslova revoliutsiia: zmina napriamiv mizhnarodnykh investytsiinykh potokiv: monohrafiia [The fourth industrial revolution: changing directions of international investment flows: monograph]. Ed. A. I. Krysovaty and O. M. Sokhatska. Ternopil: Osadtsa Yu. V. 480 p. [in Ukrainian].
4. Крисоватий А. І., Сохацька О. М., Скавронська І. В. та ін. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: монографія. За наук. ред. А. І. Крисоватого та О. М. Сохацької. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. 480 с.
5. Andersson, L. (2017). Leadership Guidelines for the Digital Age. Leadership & Organisations. URL: <https://knowledge.insead.edu/leadership-organisations/11-leadership-guidelines-for-the-digital-age-5516>.
5. Andersson L. Leadership Guidelines for the Digital Age. Leadership & Organisations URL: <https://knowledge.insead.edu/leadership-organisations/11-leadership-guidelines-for-the-digital-age-5516>.
6. Manu, A. (2016). Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition). Kindle Edition. 264 p.
6. Manu A. Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition). Kindle Edition, 2016. 264 p.
7. Reznikova, N., Bulatova, O., Ptashchenko, O., Ivashchenko, O., Panchenko, V. (2023). "Z-owning" and "Z-consumption" in the conditions of movement from shareholder to stakeholder capitalism: values as the basis of self-identification. *Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience*, № 5, P. 28–36. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.5.28>. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1189/1198>.
7. Reznikova N., Bulatova O., Ptashchenko O., Ivashchenko O., Panchenko V. "Z-owning" and "Z-consumption" in the conditions of movement from shareholder to stakeholder capitalism: values as the basis of self-identification. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 5. С. 28–36. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.5.28>. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1189/1198>.
8. Khaminich, S., Broshkov, M., Kuznietsov, E., Ptashchenko, O., Milcheva, V., Boiko, O. (2019). Transformation of Managerial Innovations in
8. Khaminich S., Broshkov M., Kuznietsov E., Ptashchenko O., Milcheva V., Boiko O. Transformation of Managerial Innovations

- Conditions of Digitalization of Market Relations. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, Vol. 8, Iss. 4, P. 7888–7893. DOI: 10.35940/ijrte.D9137.118419. URL: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i4/D9137118419.pdf>
9. Hrytsenko, S. I. (2016). Tsyfrovyi marketynh – nova paradyhma rozvytku osvithnikh klasteriv v umovakh hlobalizatsii [Digital marketing is a new paradigm for the development of educational clusters in the conditions of globalization]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy = Herald of economic science of Ukraine*, № 1 (30), P. 29–31 [in Ukrainian].
10. Dybchuk, L. V. (2014). Sutnist ta osoblyvosti formuvannia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii [The essence and features of the formation of integrated marketing communications]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu = Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, No. 5, Vol. 2, P. 58–61 [in Ukrainian].
11. Manko, A. V. Suchasni tendentsii zastosuvannia internet-tekhnologii u biznesi [Modern trends in the use of Internet technologies in business]. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-39.html> [in Ukrainian].
12. Mozghova, V. H. (2020). Instrumenty Internet-marketynhu ta yikh perevahy dlia suchasnykh ukrainskykh pidpriemstv [Internet marketing tools and their advantages for modern Ukrainian enterprises]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, № 14, P. 112–119 [in Ukrainian].
13. Oklander, M. et al. (2017). Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu KhKhI storichchia: monohrafiia [Digital marketing is a marketing model of the 21st century: a monograph]. Ed. M. A. Oklander. Odesa. 292 p. [in Ukrainian].
14. Oklander, M. et al. (2019). Rozvytok marketynhu v umovakh informatyzatsii suspilstva: monohrafiia [Development of marketing in the conditions of informatization of society: monograph]. Ed. V. P. Pylypchuko. Kyiv. 463 p. [in Ukrainian].
15. Ptashchenko, O., Zyma, O., Kostina, K., Larinchenko, M. (2021). International marketing as an effective tool of increasing enterprise competitiveness. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia = Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after V. Dalia*, in Conditions of Digitalization of Market Relations. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. 2019. Vol. 8, Iss. 4, P. 7888–7893. DOI: 10.35940/ijrte.D9137.118419. URL: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i4/D9137118419.pdf>
9. Гриценко С. І. Цифровий маркетинг – нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 1 (30). С. 29–31.
10. Дибчук Л. В. Сутність та особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5. Т. 2. С. 58–61.
11. Манько А. В. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у бізнесі. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis02-39.html>.
12. Мозгова В. Г. Інструменти Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 14. С. 112–119.
13. Окландер М. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія. За ред. М. А. Окландера. Одеса: 2017. 292 с.
14. Окландер М. та ін. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія. За ред. В. П. Пилипчука. Київ, 2019. 463 с.
15. Птащенко О., Зима О., Костіна К., Ларінченко М. International marketing as an effective tool of increasing enterprise competitiveness. *Вісник Східно-українського національного університету ім. В. Даля*. 2021.

- Vol. 3 (267), P. 128–131. <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-267-3-128-13>.
16. Reznikova, N. V., Chuhaiev, O. A., Ptashchenko, O. V., Ivashchenko, O. A. (2023). Vplyv osoblyvosti rozvytku pokolinnia Y na stanovlennia suchasnoho mizhnarodnoho rynku pratsi [The influence of the characteristics of the development of generation Y on the formation of the modern international labor market]. *Biznes Inform = Business Inform*, No. 1, P. 89–94. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-86-94>. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-1_0-pages-86_94.pdf [in Ukrainian].
17. Reshetnikova, I. L., Yeremenko, Yu. O. (2014). Vykorystannia internet-tekhnologii v marketynhu sfery posluh [The use of Internet technologies in the marketing of services]. *Marketynh v Ukraini = Marketing in Ukraine*, № 5, P. 47–58 [in Ukrainian].
18. Ruban, V. (2017). Tsyfrovyi marketynh: rol ta osoblyvosti vykorystannia [Digital marketing: role and features of use]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii = Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*, Vol. 2-2 (08), P. 20–25 [in Ukrainian].
19. Sahaidak, M. P., Lavrenov, N. K. (2017). Vykorystannia marketynhovykh instrumentiv i tsyfrovykh tekhnologii u prosuvanni metalurhiinoi produktsii [The use of marketing tools and digital technologies in the promotion of metallurgical products]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnologii = Marketing and digital technologies*, № 1 (1), P. 83–107 [in Ukrainian].
20. Shevchenko, I. O. (2022). Formuvannia metodolohichnoho pidkhodu do vyznachennia rozvytku tsyfrovoi torhivli na hlobalnykh rynkakh [Formation of a methodological approach to determining the development of digital trade in global markets]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka = Digital economy and economic security*, Vol. 3(03). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/111> [in Ukrainian].
21. Shevchenko, I. O. (2022). Stratehiia rozvytku tsyfrovoi ekonomiky v umovakh hlobalizatsii [Strategy for the development of the digital economy in the conditions of globalization]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of Strategic Economic Research*, № 6 (11), P. 35–42 [in Ukrainian].
- Вип. 3 (267). С. 128–131. <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-267-3-128-13>.
16. Резнікова Н. В., Чугаєв О. А., Птащенко О. В., Іващенко О. А. Вплив особливостей розвитку покоління Y на становлення сучасного міжнародного ринку праці. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 89–94. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-86-94>. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-1_0-pages-86_94.pdf.
17. Решетнікова І. Л., Єременко Ю. О. Використання інтернет-технологій в маркетингу сфери послуг. *Маркетинг в Україні*. 2014. № 5. С. 47–58.
18. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20–25.
19. Сагайдак М. П., Лавренюв Н. К. Використання маркетингових інструментів і цифрових технологій у просуванні металургійної продукції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. № 1(1). С. 83–107.
20. Шевченко І. О. Формування методологічного підходу до визначення розвитку цифрової торгівлі на глобальних ринках. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 3(03). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/111>.
21. Шевченко І. О. Стратегія розвитку цифрової економіки в умовах глобалізації. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022. № 6 (11). С. 35–42.

УДК 338.48;070

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.20

Олег А. Семенюк

Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна

Лариса Л. Семенюк

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА РЕКЛАМИ

На території багатьох громад є об'єкти, які мають туристичний потенціал, зазвичай не завжди реалізований. Про них пишуть, говорять місцеві краєзнавці і представники влади, але досить часто вони є недооціненими, недорозвиненими, закинутими або неефективними в аспекті туристичної привабливості. Теорія і практика розвитку туристичних дестинацій має давати відповідь на питання – як розвивати ці туристичні об'єкти, як будувати рекламні стратегії тощо? Метою статті є аналіз стратегій розвитку і реклами, що сприяють розбудові туристичної дестинації. Прикладом конкретної дестинації було обрано палац Шувалових (м. Тальне, Черкаська обл.). У статті використано історичний, аналітичний, порівняльний методи, прийоми аналізу тексту та контенту. Серед замків і палаців в Україні існує багато об'єктів, які не потребують особливої реклами. Протягом тривалого часу вони є популярними туристичними локаціями, частинами екскурсійних маршрутів, складовою культури та історії своїх регіонів або країни в цілому. Але є й палаці, які невідомі широкому загалу, розпочинають свою «туристичну історію» після набуття Україною незалежності, стають важливими для територій у контексті історії краю, розглядаються як можливі туристичні об'єкти для регіональної економіки. Серед таких – палац графів Шувалових, що розташований на околицях м. Тальне Черкаської області. Відповідно до типізації дестинацій вважатимемо цей об'єкт туристичною дестинацією локального рівня. Незважаючи на доволі довготривале відновлювання, палац навіть зараз відповідає загальноприйнятим «індикаторам здатності до розвитку туризму». Відвідування палацу окремими туристами та групами не припиняється, незважаючи на реставраційні роботи. Окрім простої цікавості до старовини, цьому сприяють інформаційні джерела та реклама різного типу. По-перше, це цікаві та доступні відомості про палац, які є в інформаційному просторі. По-друге, це «фонова» інформація, яка привертає увагу до цієї туристичної дестинації. По-третє, це опосередкована інформація, що розповсюджується в ЗМІ або в побутовому дискурсі, зазвичай «скандального» характеру, яка, з погляду PR-технологій, є доволі дієвою і швидко запам'ятовується. По-четверте – існування образу палацу в культурному просторі. Необхідно зазначити, що місцеві краєзнавці, підприємці, міська влада докладають певних зусиль, щоб палац став повноцінним об'єктом культурної спадщини з помітним туристичним потенціалом, тобто набув усіх характеристик туристичної дестинації. Важливим елементом розвитку туристичної дестинації, особливо в соціально-культурному аспекті, має бути органічне вписання її в український культурний контекст. Необхідно, щоб палац сприймався не як спадок графа Шувалова, а як архітектурний, культурно-історичний об'єкт, побудований українцями на українській землі, як частина складної героїчної історії країни. У досягненні цієї мети важливими є співпраця краєзнавців, засобів масової інформації, вибудовування правильної PR і рекламної стратегії. Особлива роль має належати різноманітному рекламному продукту, від телевізійних інфороліків до сувенірів. Об'єкти типу палацу Шувалових мають великий потенціал і туристичну привабливість, особливо для центральних і східних регіонів України. Їх збереження й відновлення є важливим для розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму.

Ключові слова: туристичні дестинації; моніторинг туристичних дестинацій; реклама; засоби масової інформації; соціально-економічний розвиток; палац Шувалових; атрактивні об'єкти.

Oleg A. Semeniuk

Borys Grinchenko Kyiv University, Ukraine

Larisa L. Semeniuk

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

TOURIST DESTINATIONS: DEVELOPMENT AND ADVERTISING STRATEGIES

On the territory of many communities there are objects that have tourist potential, usually not always realized. They are often written about, spoken about by local historians and government officials, but quite often they are underestimated, underdeveloped, abandoned or ineffective in terms of tourist attractiveness. The theory and practice of tourist destination development should answer the question of how to develop these tourist attractions, how to build advertising strategies, etc. The purpose of the article is to analyze the sources of information, direct and hidden advertising that contribute to the development of a tourist destination. Count Shuvalov's Palace (Talne, Cherkasy region) was chosen as an example of a specific destination. The article uses historical, analytical, comparative methods, techniques of text and content analysis. There are many castles and palaces in Ukraine that do not require special advertising. They have long been popular tourist destinations, parts of sightseeing routes, and a part of the culture and history of their regions or the country as a whole. However, there are also palaces that are not known to the general public, which began their "tourist history" after Ukraine gained independence, became important for the territories in the context of the history of the region, and are considered as possible tourist attractions for the regional economy. Among them is Count Shuvalov's Palace, located on the outskirts of Talne, Cherkasy region. In accordance with the typification of destinations, we will consider this object a tourist destination of the local level. Despite the rather lengthy restoration, the palace even now meets the generally accepted "indicators of tourism development capacity". Visits to the palace by individual tourists and groups do not stop, even in view of the restoration work. In addition to simple interest in antiquity, this is facilitated by information sources and advertising of various types. Firstly, it is the interesting and accessible information about the palace that is available in the information space. Secondly, it is the "background" information that draws attention to this tourist destination. Thirdly, it is indirect information disseminated in the media or in everyday discourse, usually of a "scandalous" nature, which, from the point of view of PR technologies, is quite effective and memorable. Fourthly, the existence of the palace's image in the cultural space. It should be noted that local ethnographers, entrepreneurs, and city authorities are making efforts to make the palace a full-fledged cultural heritage site with significant tourist potential, i.e., to acquire all the characteristics of a tourist destination. An important element of the development of a tourist destination, especially in the socio-cultural aspect, should be its organic fit into the Ukrainian cultural context. It is necessary that the palace is perceived not as a legacy of Count Shuvalov, but as an architectural, cultural and historical object built by Ukrainians on Ukrainian soil, as part of the country's complex heroic history. In achieving this goal, it is important to cooperate with local historians and the media, and to build a proper PR and advertising strategy. A special role should be played by a variety of promotional products, from TV infomercials to souvenirs. Sites such as the Count Shuvalov's Palace have great potential and tourist appeal, especially for the central and eastern regions of Ukraine. Their preservation and restoration is important for the development of both domestic and foreign tourism.

Keywords: *tourist destinations; monitoring of tourist destinations; advertising; mass media; socio-economic development; Count Shuvalov's Palace.*

Постановка проблеми. Туризм у наш час є доволі складною галуззю економіки, успіх якої залежить від багатьох складових. Це особлива сфера економічної діяльності, яка вибудовує свої правила, зокрема маркетингові й рекламні, розвиває специфічну термінологію. «Дестинація» – один із актуальних термінів сучасної туристичної галузі.

Існує декілька визначень туристичних дестинацій, які беремо до уваги у статті. Всесвітня туристична організація (UNWTO) вважає, що «туристична дестинація – це основне місце призначення туристичної поїздки, територія, відвідання якої посідає центральне місце у прийнятті рішення щодо подорожі» [15]. Закон України «Про туризм» наголошує, що туристична дестинація – це: «місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, тури, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення» [2].

На території багатьох громад є об'єкти, які мають туристичний потенціал, зазвичай не завжди реалізований. Про них пишуть, говорять місцеві краєзнавці, учені, представники влади, але досить часто вони є недооціненими, недорозвиненими, закинутими або неефективними в аспекті туристичної привабливості. Теорія і практика розвитку туристичних дестинацій має давати відповідь на питання – як розвивати ці туристичні об'єкти, як будувати рекламні стратегії тощо.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Використання реклами та PR в туристичному бізнесі це доволі актуальна тема, яку активно висвітлюють українські науковці і практики: М. Зубарева, О. Казак, В. Кушнар'єв, Н. Летуновська, Т. Лисюк, О. Любіцева, М. Мальська, О. Терещук, В. Торяник, Д. Хорошкова та ін. [3, 4, 6–8, 11, 12].

Незважаючи на доволі високий рівень вивченості загальних питань, що стосуються ролі реклами для розвитку туристичного бізнесу, залишається актуальним питання опису і вивчення певних випадків успіху або неуспіху промоції конкретних туристичних дестинацій. До вивчення цього питання долучилися Д. Басюк, А. Беляк, С. Вовк, Л. Гончар, І. Комарніцький, Н. Корж, А. Поплавська, Т. Ткаченко, С. Шевчук, І. Цуркан та ін. [5, 9, 10, 13].

Уважається, що дестинація є базовим чинником туристичної системи і розглядає її як провідний елемент у системі формування та доставки турпродукту. «Місцева туристична дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї ночі. Вона включає турпродукти, допоміжні послуги та пам'ятки, а також туристські ресурси, відвідування яких разом з дорогою туди і назад займає не менше одного дня. Вона має фізичні та адміністративні межі, що визначають форму її управління, а також імідж і репутацію, які впливають на її конкурентоспроможність на туристичному ринку. Місцеві дестинації включають різні зацікавлені сторони, у багатьох випадках співпрацюють з територіально близькими об'єктами, підприємствами і громадами, можуть частково збігатися і, тісно взаємодіючи, утворювати більші дестинації» [15].

Дослідники зазначають, що сьогодні в світі сформувалося чотири наукових підходи, що отримали найбільше поширення: географічний (ресурсно-територіальний), маркетинговий, економіко-управлінський, соціально-культурологічний. У нашій статті ми зосередимося на соціально-культурному аспекті аналізу туристичних дестинацій, який фокусується на їх «культурних константах, тобто історико-архітектурних, мистецьких, релігійних, етнографічних пам'ятках, соціально-побутових традиціях, звичаях, поглядах та нормах певного суспільства, громади, яка приймає туристів» [5, с. 13]. Саме цей аспект є визначальним для нашого дослідження.

Особливого значення розвиток туристичних дестинацій набуває в кризові часи. Для України ця тема в умовах війни є актуальною, тому що внутрішній туризм стає одним із

важливих елементів економічного розвитку територій. На думку дослідників, зокрема С. Шевчука: «Закриття кордонів, обмеження на відвідування масових туристичних атракцій за межами України та рекреаційно-туристичних центрів на території країни спричинило стагнацію сфери відпочинку і дозвілля, однак сприяло збільшенню попиту на короткі (переважно одноденні) індивідуальні малолюдні туристичні подорожі маловідомими туристичними атракціями. Даний попит спричинив переосмислення та перевинайдення внутрішнього туризму особливо на регіональному та локальному рівнях, винайдення новітніх та актуалізацію забутих туристичних атракцій історико-культурного й природо-географічного скерування, ініціювало запит на пізнання рідного краю (ближньої околиці) проживання, тому актуальним являється дослідження особливостей організації функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану» [13].

Мета дослідження – аналіз шляхів розвитку певної туристичної дестинації, джерел інформації та реклами, що сприяють цьому процесу. За приклад було обрано палац Шувалових (м. Тальне, Черкаська обл.).

Методи дослідження. В процесі виконання поставлених завдань застосовано наступні методи дослідження:

- історичний, який сприяв розумінню історії створення даного об'єкту, опису його початкового призначення та еволюції використання в часі;
- аналітичний, який дозволив проаналізувати поточний стан об'єкту, його переваги та недоліки, потенціал для розвитку;
- порівняльний метод дозволив зіставити об'єкт з іншими подібними, виявити його унікальність та конкурентні переваги;
- прийоми аналізу тексту та контенту використані при дослідженні відгуків та оцінок туристів про палац в інтернеті, соцмережах; аналізі документів та матеріалів, що стосуються дестинації.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Серед замків і палаців в Україні існує багато об'єктів, які не потребують особливої реклами. Протягом тривалого часу вони є популярними туристичними локаціями, частинами екскурсійних маршрутів, складовою культури та історії своїх регіонів або країни в цілому. Але є палаци, які невідомі широкому загалу, розпочинають свою «туристичну історію» після набуття Україною незалежності, стають важливими для територій у контексті історії краю, розглядаються як можливі туристичні об'єкти для регіональної економіки. Серед таких – палацо-парковий комплекс графів Шувалових, що розташований на околицях м. Тальне Черкаської області. Відповідно до типізації дестинацій за Т. Ткаченко вважатимемо цей об'єкт туристичною дестинацією локального рівня [10].

З відкритих джерел можна дізнатися, що *палац графів Шувалових* (далі – палац) збудований в 1902–1907 роках у традиціях данської архітектури з включенням елементів англійського стилю. Автор проекту – данський архітектор Андреас Клемменсен. У матеріалах 80-х років ХХ століття стверджувалося, що палац є мисливським замком, зведеним у стилі французького ренесансу в 1896 році. Це твердження ми бачимо й у багатьох інших інформаційних джерелах щодо нього. Але старий палац, зведений у середині ХІХ століття, згорів у 1896 році, а новий почав проектуватись у 1901. Сучасні дослідники сперечаються щодо архітектурних стилів будівлі, немає спільної думки і щодо того, як називати її – палацом чи замком. Зазначимо, що суперечка щодо стилю палацу може бути додатковим стимулом подивитися на нього своїми очима. Нещодавно була поставлена певна офіційна крапка у цій дискусії – архітектурний шедевр був внесений до Переліку об'єктів культурної спадщини національного значення як *палац*. Однак вулиця, яка веде до нього, називається Замковою.



Рис. 1. Палац Шувалових у м.Тальне

За радянських часів у будівлі палацу розташовувалися заклади освіти, зокрема й будівельний технікум, що дозволило підтримувати її у більш-менш пристойному вигляді. Наприкінці 80-х років технікум переїхав у новозбудований корпус, а в приміщенні розмістили «Музей хліборобства». Початок 90-х для галузі культури був доволі складним, музей майже не опалювався, приміщення зазнавали руйнації, кількість відвідувачів скорочувалася. В середині 2000-х палац включили до туристичного маршруту «Золота підкова Черкащини», який повноцінно так і не почав функціонувати, розробили план реставрації, виселили «Музей хліборобства» і розпочали будівельні реставраційні роботи, які не завершилися і до сьогодні.

Незважаючи на доволі занедбаний стан та довготривале відновлювання, палац навіть зараз відповідає певним, загальноприйнятим «індикаторам здатності до розвитку туризму». Зокрема, «плюси» мають наступні індикатори: про що розповідає палац (історія об'єкту цікава і досліджена); естетичний і технічний стан (зовнішньо палац у задовільному стані, внутрішні приміщення не аварійні і можуть приймати відвідувачів); інформативна доступність (інформації щодо об'єкту доволі багато); фізична доступність (до палацу легко дістатися, є доступні шляхи сполучення); наявність привабливого оточення об'єкту (палац знаходиться у лісовому масиві, припалацова частина якого у свій час була «англійським парком»). Саме тому відвідування палацу окремими туристами та групами не припиняється, незважаючи на реставраційні роботи. Окрім простої цікавості до старовини цьому, на нашу думку, сприяють інформаційні джерела та реклама різного типу.

По-перше, це цікаві доступні відомості про палац, які є в інформаційному просторі, зокрема: 1) згадування палацу як оригінального архітектурного об'єкту у різноманітних довідниках, краєзнавчих буклетах, що особливо було важливо для «доінтернетівської» епохи; 2) розміщення інформації про палац на різноманітних інтернет-ресурсах: тревел-платформах типу Rest.guru.ua, Discover.ua, Md-Ukraine тощо; інтернет-сайтах місцевих державних установ, освітніх і краєзнавчих організацій регіону (Черкащини); 3) сторінки в соціальних мережах, які ведуть краєзнавці, історики, люди, захоплені ідеєю відродження палацу (вони мають свою сферу впливу, підписників, і, що важливо, зворотній зв'язок, який дозволяє організовувати екскурсії); 4) увага до палацу тревел-блогерів, тематичні відео на

YouTube-каналах та рекомендації їх авторів до відвідування або знайомства з палацом. Щодо останнього пункту то, як приклад, можна назвати тревел-блог «Узол і Манько», в одному з випусків якого – «Черкащина», сюжет про палац Шувалових органічно вписаний у відпочинковий регіональний маршрут. Це своєрідна, ефективна й ілюстративна рекомендація щодо організації самостійного туру на 1-2 дні.

По-друге, це «фонова» інформація, яка привертає увагу до цієї туристичної дестинації. Наприклад: 1) міфи і місцеві легенди про багатокілометрові підземні ходи від палацу в бік лісу, ріки, містечка; 2) історія про «конкуренцію» між графами Потоцькими (парк Софіївка в Умані) і Шуваловими (палац і англійський парк у Тальному); 3) історії про незнайдені після революції скарби Шувалових; 4) легенда про нещасливу любов та наявність відповідної «скелі кохання» у парку біля палацу тощо.

По-третє, це опосередкована інформація, що розповсюджується в ЗМІ або в побутовому дискурсі, зазвичай «скандального» характеру, яка, з погляду PR-технологій, є доволі дієвою і швидко запам'ятовується. Це, зокрема, велика кількість публікацій у місцевих газетах про історію палацу і його можливу роль у розвитку туристичної привабливості території; про проблеми з реставрацією і розкраданням коштів на відновленні палацу; репортажі на ТБ про палац та його складну долю (наприклад, сюжет «Мисливський палац графа Шувалова перетворюється на руїни» (5 канал, 2.05.2018) тощо.

По-четверте – існування образу палацу в культурному просторі. Наприклад: палац на картинах, професійні фото палацу або фотосесії в його внутрішніх приміщеннях, сувенірна продукція з зображенням палацу тощо. Помітним поштовхом до збільшення популярності об'єкту став вихід українського фільму «Чорний ворон», у якому було доволі багато сцен, знятих біля або в палаці Шувалових. Про це зазначали і творці фільму, і критики, це обговорювали глядачі в соцмережах.

Окрім туристів, що самоорганізуються для відвідин палацу, є і туристичні фірми, які серед екскурсійних напрямків по Черкащині вказують відвідини палацу Шувалових (наприклад, агенція «КолоКрай»). Зазвичай він іде в комплексі з «Трипільськими мегаполісами», «Буцьким каньйоном». Агенції, щоб не створювати зайвих очікувань, чесно попереджають, що «зараз палац має запущений вигляд: він огорожений парканом, вежа в риштуваннях, а всередині пусто».

Необхідно зазначити, що місцеві краєзнавці, підприємці, міська влада докладають певних зусиль, щоб палац став повноцінним об'єктом культурної спадщини з помітним туристичним потенціалом.

З грудня 2014 року в об'єкті з'явився офіційний власник – це Тальнівська міська рада. У 2021 році відновлення палацу та парку увійшло до програми Президента України «Велика реставрація». На 31 сесії Тальнівської міської ради VIII скликання (6.10.2022) було прийняте рішення про створення Комунального підприємства «Тальнівський палацово-парковий комплекс Шувалових» Тальнівської міської ради, яке обслуговуватиме розміщені на території громади: пам'ятку архітектури національного значення «Мисливський замок» та парк-пам'ятку садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення «Тальнівський» у межах 4,449 га. Передбачається, що ця комунальна структура реалізовуватиме заходи щодо збереження, відновлення й подальшого функціонування історичних об'єктів, проведення благоустрою території палацу та парку. Підприємство вже почало діяти і навіть втрапило у локальний «екологічний» скандал, бо вирізало декілька дерев у парку, щоб відкрити фасад палацу для огляду.

Не меншу вагу, ніж вирішення адміністративно-правових та будівельно-реставраційних завдань, має створення стратегії використання палацу як ефективної і повноцінної туристичної дестинації, що сприятиме розвитку малої громади. Ці питання були

в центрі уваги науковців під час проведення Міжнародної науково-практичної конференції «Замки та палаци в туризмі» (Київ, 28.11.2023). Якщо спиратися на досвід, що вже існує, то можливими, на нашу думку, є два основні шляхи розвитку цієї дестинації.

Перший, складніший і дорожчий, – це включення палацу до всеукраїнського маршруту типу «Палаци і замки», або до регіонального проєкту, схожого на «Золоту підкову Черкащини», який мав гарні перспективи але так і не реалізувався. Успішний досвід таких проєктів мають наші західні сусіди, наприклад туристичний шлях у Польщі «Долина палаців і садів», до якого входить близько 20 палаців і замків. Його взяли за приклад та намагаються реалізувати у себе громади Тернопільської і Львівської областей, на території яких є палаци або замки. Зазвичай для цього потрібні державні та приватні інвестиції, які не окупляться тільки за рахунок екскурсійної діяльності.

Другий – це перетворення палацу на конференц-центр. Наприклад, у Люксембурзі існує маршрут «Долина семи замків», де об'єкти використовуються як місця проведення різноманітних ділових заходів. Цей шлях передбачає реновацію палацу, створення простору для конференцій, симпозіумів, зібрань, виставок, облаштування хоча б декількох готельних номерів, ресторації. Важливим також є наявність атрактивних природних та культурних об'єктів навколо. У нашому випадку є лісопарк, цікаві природні ландшафти, трипільські поселення і музей трипільської культури, річковий каньйон. Реалізація цього вектору передбачає, що вкладені кошти мають вірогідність повернення, об'єкт буде забезпечувати більшу кількість робочих місць для територіальної громади.

Окрім цього, є можливість надання додаткових послуг. Так, рельєф навколо палацу сприятливий для укладання пішохідних маршрутів, розвитку велотуризму, велоспорту, зокрема й екстремальних його видів. Річка та ставки біля палацу можуть забезпечити, при докладанні певних зусиль, спортивну або аматорську риболовлю тощо.

Нагальною необхідною є візуалізація історико-культурної пам'ятки. Ми бачимо цікаві проєкти, які можуть бути зразком для цього, або інформація про палац може стати їх частиною. Як приклад наведемо проєкт «Візуальна ідентифікація спадщини: віртуальна презентація публічних просторів історичних міст України», одним з кураторів якого є очільниця Центру розвитку музеєзнавства і пам'яткознавства при секторі Національного наукового центру ХФТІ НАН України Олена Жукова [1].

Важливим елементом моніторингу і розвитку туристичної дестинації, особливо в соціально-культурному аспекті, має бути органічне вписування її в український культурний контекст. Необхідно, щоб палац сприймався не як спадок графа Шувалова, а як архітектурний, культурно-історичний об'єкт, побудований українцями на українській землі, як частина складної героїчної історії країни. У досягненні цієї мети важливими є співпраця краєзнавців, засобів масової інформації, вибудовування правильної PR і рекламної стратегії. Особлива роль має належати різноманітному рекламному продукту, від телевізійних інфороликів до сувенірів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Маємо зазначити, що об'єкти типу палацу Шувалових мають великий потенціал і туристичну привабливість, особливо для центральних і східних регіонів України. Їх збереження й відновлення є важливим для розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму.

Економічний ефект від розвитку цієї дестинації має забезпечити певна стратегія, яка складається із конкретних кроків, зокрема таких:

1. Завершити реставрацію та реконструкцію палацу, щоб поліпшити його стан і зовнішній вигляд – це сприятиме залученню більшої кількості відвідувачів та інвестпривабливості.

2. Створити цікаву експозицію в середині палацу, щоб туристам було що оглядати, регулярно її оновлювати.
 3. Запустити аудіогіди різними мовами для кращого пояснення історії палацу та експонатів.
 4. Запровадити плату за вхід, щоб отримувати прибуток від відвідування. Вартість вхідного квитка встановлювати з урахуванням цільової аудиторії та кон'юнктури.
 5. Організувати спеціальні екскурсії та майстер-класи за окрему плату – це дозволить залучити додаткові кошти.
 6. Відкрити сувенірний магазин та кафе/ресторан при палаці. Продаж сувенірів та їжі, напоїв збільшить прибуток.
 7. Проводити спеціальні події – фестивалі, концерти, виставки, реконструкції історичних подій. Це приверне більше відвідувачів та забезпечить додатковий дохід.
 8. Запропонувати преміум-тури з ексклюзивним доступом до окремих приміщень або з додатковими послугами.
 9. Відкрити кімнати палацу для проживання туристів. Це створить додатковий прибуток.
 10. Залучити палац до регіональних туристичних маршрутів і просувати його на туристичних ярмарках.
 11. Створити онлайн-тур по палацу для просування в інтернеті
- Активізація туристичних дестинацій на території громади позитивно вплине на динаміку локальної економіки, сприятиме працевлаштуванню населення, дозволить залучити додаткове фінансування в громади.

Помітним має бути і культурно-освітній ефект від оновленого палацу. Місця, які відвідують туристи і мешканці території, часто визначають як «скарбницю сенсів». Подібна дестинація входить у сферу усталеної комунікації громади, дозволяє відвідувачам зрозуміти своєрідність регіону, значущість об'єкту, його зв'язки з природним, історичним і культурним контекстом.

Туристичні дестинації формують культуру сучасного суспільства, надають і створюють комплекс особливих матеріальних можливостей для відпочинку та туризму, а також розвивають систему людських цінностей завдяки особливій аурі об'єктів культурної та природної спадщини. Саме тому вони знаходяться у центрі уваги теоретиків і практиків сфери туризму, є цікавими і перспективними об'єктами дослідження.

References

Література

- | | |
|---|--|
| <p>1. Vizualna identyfikatsiia spadshchyny: virtualna prezentatsiia publichnykh prostoriv istorychnykh mist Ukrainy [Visual identification of heritage: virtual presentation of public spaces of historical cities of Ukraine]. URL.: https://www.prostir.ua/?news=vizualna-identyfikatsiya-spadschyny-virtualna-prezentatsiya-publichnyh-prostoriv-istorychnykh-mist-ukrajiny [in Ukrainian].</p> <p>2. Pro turyzm: Zakon Ukrainy vid 15.09.1995 zi zminamy [On tourism: Law of Ukraine dated September 15, 1995, as amended]. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi [in Ukrainian].</p> <p>3. Zubarieva, M. A. (2015). Osoblyvosti reklamy ta PR u turyzmi [Features of advertising and PR in</p> | <p>1. Візуальна ідентифікація спадщини: віртуальна презентація публічних просторів історичних міст України. URL.: https://www.prostir.ua/?news=vizualna-identyfikatsiya-spadschyny-virtualna-prezentatsiya-publichnyh-prostoriv-istorychnykh-mist-ukrajiny.</p> <p>2. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 зі змінами. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi.</p> <p>3. Зубарева М. А. Особливості реклами та ПР у туризмі. <i>Грані. Серія:</i></p> |
|---|--|

- tourism]. *Hrani. Serii: Sotsiologhiia = Faces. Series: Sociology*, No. 7 (123), P. 15–20 [in Ukrainian].
4. Kazak, O. O. (2017). Analiz efektyvnosti reklamy v turystychnii sferi [Analysis of the effectiveness of advertising in the tourism sector]. *Ekonomika i suspilstvo = Economy and society*, No. 9, P. 227–230 [in Ukrainian].
5. Korzh, N. V., Basiuk, D. I. (2017). Upravlinnia turystychnymy destynatsiiamy: pidruchnyk [Management of tourist destinations: a textbook]. Vinnytsia: PP "TD Edelweis i K". 322 p. [in Ukrainian].
6. Kushnarov, V. V. (2010). Turystychna reklama v sotsiokulturnomu prostori suchasnoi Ukrainy: avtoref. dys. kand. nauk kulturolohii: 26.00.01 [Touristic advertising in the socio-cultural space of modern Ukraine: abstract of the dissertation of the candidate of sciences in cultural studies]. Kyiv. 20 p. [in Ukrainian].
7. Letunovska, N. Ye., Shevliuha, O. H. (2018). Otsiniuvannia innovatsiinoi aktyvnosti krain Prybaltyky, Kazakhstanu ta Ukrainy na osnovi pokaznykiv ta reitynhiv [Evaluation of innovative activity of the Baltic countries, Kazakhstan and Ukraine based on indicators and ratings]. *Vypredzhaiuchy innovatsiinyi rozvytok: teoriia, metodyka, praktyka: monohrafiia = Anticipatory innovative development: theory, methodology, practice: monograph*. Sumy: Trytoriia. P. 60–73 [in Ukrainian].
8. Lysiuk, T. V., Tereshchuk, O. S., Demchuk, O. A. (2022). Rol PR ta reklamy v orhanizatsii turystychnykh podorozhei v umovakh viiny [The role of PR and advertising in the organization of tourist trips in wartime]. *Ekonomika i suspilstvo = Economy and society*, No. 42, P. 227–230 [in Ukrainian].
9. Poplavska, A. V., Honchar, L. O., Komarnitskyi, I. O., Beliak, A. O. (2022). Sfera hostynnosti: zabezpechennia ekonomichnoi ta finansovoi stiikosti: kolekt. monohrafiia [The field of hospitality: ensuring economic and financial stability: collection. monograph]. Kyiv: Vydavnytstvo Lira. 168 p. [in Ukrainian].
10. Tkachenko, T. I. (2006). Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: monohrafiia [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities: monograph]. Kyiv: KNTEU. 537 p. [in Ukrainian].
- Соціологія*. 2015. № 7 (123). С. 15–20.
4. Казак О. О. Аналіз ефективності реклами в туристичній сфері. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 227–230.
5. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: ПП "ТД Едельвейс і К", 2017. 322 с.
6. Кушнар'ов В. В. Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України: автореф. дис. канд. наук культурології: 26.00.01. Київ, 2010. 20 с.
7. Летуновська Н. Є., Шевлюга О. Г. Оцінювання інноваційної активності країн Прибалтики, Казахстану та України на основі показників та рейтингів. *Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика: монографія*. Суми: Триторія, 2018. С. 60–73.
8. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Роль PR та реклами в організації туристичних подорожей в умовах війни. *Економіка і суспільство*. 2022. № 42. С. 227–230.
9. Поплавська А. В., Гончар Л. О., Комарніцький І. О., Беляк А. О. Сфера гостинності: забезпечення економічної та фінансової стійкості: колект. монографія. Київ: Видавництво Ліра, 2022. 168 с.
10. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: КНТЕУ, 2006. 537 с.

11. Torianyk, V. M. (2021). Sotsialni merezhi yak komunikatsiyni kanal formuvannia hromadskoi dumky shchodo subiektiv turystychnoho biznesu [Social networks as a communication channel for forming public opinion regarding tourism business entities]. *Innovatsiini rishennia v ekonomitsi, biznesi, suspilnykh komunikatsiakh ta mizhnarodnykh vidnosynakh: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii = Innovative solutions in the economy, business, public communications and international relations: materials of the International Scientific and Practical Internet Conference*, Dnipro: Universytet mytnoi spravy ta finansiv. P. 848–851 [in Ukrainian].
12. Khoroshkova D. V. (2011). Drukovana reklama v turyzmi [Print advertising in tourism]. *Turystychna industriia: suchasnyi stan ta priorytety rozvytku = Tourism industry: current state and development priorities*, Luhansk, Vol. 6(1), P. 168–173 [in Ukrainian].
13. Shevchuk, S., Vovk, S., Tsurkan, I. (2022). Orhanizatsiia funktsionuvannia spetsializovanykh turystychnykh destynatsii v umovakh voiennoho stanu [Organization of the functioning of specialized tourist destinations in the conditions of martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, No. 44 [in Ukrainian].
14. Kiptenko, V., Lyubitseva, O., Malska, M., Rutynskiy, M., Zan'ko, Yu., Zinko, Ju. (2017). Geography of tourism of Ukraine. The geography of tourism of central and eastern European countries. *Springer International Publishing*, P. 509–551.
15. UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2016. URL: <http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>.
11. Торяник В. М. Соціальні мережі як комунікаційний канал формування громадської думки щодо суб'єктів туристичного бізнесу. *Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, м. Дніпро, 16.04.2021. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 848–851.
12. Хорошкова Д. В. Друкована реклама в туризмі. *Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку*. Луганськ, 2011. Вип. 6, Т. 1. С. 168–173.
13. Шевчук С., Вовк С., Цуркан І. Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44.
14. Kiptenko V., Lyubitseva O., Malska M., Rutynskiy M., Zan'ko Yu., Zinko Ju. Geography of tourism of Ukraine. The geography of tourism of central and eastern European countries. *Springer International Publishing*. 2017. P. 509–551.
15. UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2016. URL: <http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>.

УДК 338.4

DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.21

Світлана І. Терещенко, Артур М. Євтушенко

Сумський національний аграрний університет, Україна

ЛОГІСТИЧНИЙ ЛАНЦЮГ ПОСТАЧАННЯ: УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню управління та оптимізації логістичних ланцюгів постачання в умовах військового конфлікту. Актуальність теми полягає у важливості забезпечення стабільності та ефективності логістичних процесів підприємств у неспокійних умовах. Гіпотеза. Автори статті припускають, що впровадження стратегій управління та оптимізації логістичних ланцюгів в умовах військового конфлікту дозволяє підприємствам ефективно протистояти викликам та змінам, забезпечуючи стійкість та конкурентоспроможність. Основною метою статті є вивчення ключових аспектів управління та оптимізації логістичних ланцюгів постачання в умовах військового конфлікту та розробка стратегій для досягнення ефективності та стійкості. Дослідження використовувало різноманітні методи для глибокого вивчення впливу військового конфлікту на логістичні ланцюги. Відзначимо ключові методи. Аналіз наслідків військового конфлікту для різних етапів логістичного ланцюга був здійснений за допомогою системного аналізу логістичних процесів. Це дозволило з'ясувати взаємозв'язки та взаємозалежності компонентів ланцюгів. Розроблення системи ключових показників ефективності для кількісної оцінки логістичних процесів дозволило здійснити моделювання та прогнозування для визначення попиту та аналізу сценаріїв розвитку в умовах військового конфлікту. Застосування методів управління ризиками дозволило їх ідентифікувати та адаптувати до умов військового конфлікту. Ці методи спільно забезпечили комплексне дослідження та дозволили розробити рекомендації для підприємств у забезпеченні їхньої ефективності в умовах військових конфліктів. Автори виявили, що оптимізація логістичних ланцюгів в умовах військового конфлікту може бути реалізована на чотирьох етапах, що полягають у визначенні стратегій адаптації до умов конфлікту, встановленні системи моніторингу, аналізі впливу на ризики та розробці планів невідкладних заходів. Стаття підкреслює важливість системного управління та оптимізації логістичних ланцюгів в умовах військового конфлікту для забезпечення ефективності та стійкості підприємств. Розроблені стратегії можуть слугувати основою для впровадження практичних заходів у секторі логістики в умовах неспокійного середовища.

Ключові слова: логістичні ланцюги; військовий конфлікт; системний аналіз; ключові показники ефективності; управління ризиками.

Svitlana I. Tereshchenko, Artur M. Evtushenko

Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine

SUPPLY CHAIN LOGISTICS: MANAGEMENT AND OPTIMIZATION

The article explores the management and optimization of supply chain logistics in the context of a military conflict. The relevance of the topic lies in ensuring stability and efficiency of logistic processes for enterprises in turbulent conditions. Hypothesis. The authors assume that implementing management and optimization strategies for logistic supply chains in a military conflict allows companies to effectively respond to challenges and changes, ensuring resilience and competitiveness. The main goal of the article is to study key aspects of managing and optimizing supply chain logistics in a military conflict and develop strategies for achieving efficiency and resilience. Various methods were employed in the research for a deep understanding of the impact

of military conflict on logistic chains. Highlighting key methods, consequences of the military conflict for different stages of the logistic chain were analysed using a systemic analysis of logistic processes, revealing interconnections and interdependencies of chain components. Developing a system of key performance indicators for a quantitative assessment of logistic processes enabled modeling and forecasting to determine demand and analyse development scenarios in the conditions of a military conflict. Applying risk management methods allowed for their identification and adaptation to the conditions of a military conflict. These methods collectively facilitated comprehensive research and provided recommendations for companies to ensure their efficiency in military conflicts. The authors identified that optimizing logistic chains in a military conflict can be implemented in four stages, involving the definition of adaptation strategies, establishment of monitoring systems, risk impact analysis, and the development of contingency plans. The article emphasizes the importance of systemic management and optimization of logistic chains in military conflict conditions to ensure efficiency and resilience of enterprises. The developed strategies can serve as a foundation for implementing practical measures in the logistics sector in turbulent environments.

Keywords: *supply chain logistics; military conflict; systemic analysis; key performance indicators; risk management.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобальної економіки та швидкозмінного бізнес-середовища ключовою складовою успішності підприємств усіх галузей є логістичний ланцюг постачання (ЛЛП). Актуальність дослідження управління та оптимізації логістичного ланцюга постачання обумовлена низкою факторів, що значущим чином впливають на сучасний бізнес.

По-перше, зростання глобалізації визначає необхідність для підприємств мати ефективний та добре управлінський логістичний ланцюг, оскільки він стає ключовим елементом для міжнародного бізнесу. Глобальний ринок вимагає не лише швидкої та ефективної доставки, але й постійного вдосконалення логістичних процесів.

По-друге, зміни у споживацькому підході зумовлюють зростання вимог до доставки та обслуговування. Покупці стають більш вимогливими, що вимагає від підприємств оптимізації логістичних процесів для відповіді на нові виклики та забезпечення задоволення споживачів.

По-третє, технологічний розвиток, такий як Інтернет речей та штучний інтелект, надають нові можливості для управління та оптимізації логістики, вносячи інновації та покращення в роботу ланцюга постачання.

По-четверте, екологічні питання у сучасному світі вимагають уваги до екологічних аспектів ЛЛП. Підприємства повинні розглядати ефективні та екологічно сталі рішення для забезпечення сталого розвитку.

По-п'яте, конкурентний тиск змушує підприємства шукати способи зниження витрат та підвищення ефективності. Оптимізація логістичного ланцюга постачання стає важливою стратегією для виживання та конкурентоспроможності.

Отже, тема дослідження «Логістичний ланцюг постачання: управління та оптимізація» є актуальною і важливою для підприємств у всіх галузях економіки, оскільки правильна організація та оптимізація ЛЛП може визначати їхній успіх, стійкість та конкурентоспроможність в умовах глобального ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз робіт з логістики в умовах кризових явищ (від війни 2014, пандемії COVID-19 2019, війни 2022 року) дозволяє визначити ключові проблеми та висновки, які роблять автори.

А. Полянська, В. Мартинець та О. Кабан (2022) досліджують можливості оптимізації ланцюга постачання на підприємствах у кризових умовах. Вони приділяють увагу важливості ретельного управління і реагування на зміни в умовах невпевненості. Висновки вказують на необхідність розробки гнучких стратегій та ефективного взаємодії з партнерами у ланцюзі постачання [1]. І. Кривов'язюк, Ю. Кулик та Ю. Волинчук (2021) зосереджуються на ринку логістичних послуг під час пандемії COVID-19. Вони наголошують на важливості адаптації логістичних систем та шукають перспективи розвитку в умовах невизначеності. Ця публікація вказує на необхідність гнучких стратегій та використання цифрових технологій [2]. Дослідження О. Цимбалістової, Є. Юденко та О. Черніхової (2020) стосується реверсивної логістики в Україні. Ці автори визначають проблеми та можливості розвитку цього напрямку, враховуючи екологічні аспекти та вимоги сучасного споживача [3]. Робота Г. Овчаренко та О. Рудківського (2011) розглядає управління ланцюгами постачання на основі системи SCM. Хоча робота досить застаріла, вона вказує на важливість системного підходу та використання сучасних технологій [4]. М. Григорак та Л. Савченко (2018) досліджують концептуальні аспекти розвитку реверсивної логістики в циркулярній економіці, наголошуючи на важливості використання ресурсів та зменшення відходів [5]. Н. Ремзина (2023) розглядає особливості управління ланцюгами постачання в умовах кризових явищ, наголошуючи на важливості адаптації та гнучкості в умовах невизначеності [6]. Т. Пасічник (2021) розглядає міжнародні ланцюги поставок під час ковідної кризи, наголошуючи на важливості розуміння глобальних викликів та адаптації стратегій [7]. Робота М. Пешко та А. Завербного (2022) досліджує проблеми та перспективи зміни ланцюгів поставок у воєнний період з метою мінімізації втрат, наголошуючи на важливості стратегічного планування та ефективного управління ризиками [8]. В. Воробей, А. Данилюк та І. Журовська (2023) розглядають важливі аспекти розвитку логістики в Україні в умовах військової агресії з боку Росії [9]. Узагальнюючи, можна сказати, що автори наголошують на важливості гнучких стратегій, системного підходу, адаптації до змін та використання сучасних технологій у кризових умовах. Проте, багато проблем в логістиці залишаються невирішеними, особливо у воєнний період, вимагаючи від підприємств пошуку нових стратегій та рішень.

Формування цілей статті. Метою є дослідження та аналіз логістичного ланцюга постачання (ЛЛП) як важливого елемента в сучасному бізнес-середовищі, спрямованого на вивчення методів управління та оптимізації ЛЛП з метою підвищення ефективності, зниження витрат та підвищення конкурентоспроможності компаній.

Результати дослідження. Розвиток співпраці та спеціалізації компаній в 90-х роках ХХ століття призвів до еволюції методів управління постачанням. На цей період вплинули такі фактори, як глобалізація світових ринків, економічна інтеграція, зростання відкритості ринків, використання інформаційних технологій та поширення всесвітньої мережі Інтернет. Ці чинники сприяли виникненню нового підходу до управління постачанням – Supply Chain Management (SCM) або управління ланцюгами поставок (УЛП). Термін SCM був введений компанією "i2 Technologies" та консалтинговою фірмою «Артур Андерсен» на початку 1980-х років. В наш час УЛП є ключовою концепцією управління постачанням у сучасній економіці, яка отримала значний обсяг літературних джерел, що розглядають різні аспекти цього підходу. Управління ланцюгами поставок представляє собою інтеграцію ключових бізнес-процесів, переважно логістичних, що починаються від кінцевого споживача і охоплюють всіх постачальників товарів, послуг та інформації, що додають цінність для споживача та інших зацікавлених сторін (рис. 1).

Рівні логістичної взаємодії у ланцюгу постачання			
<i>Операційний</i> фокус на виконанні окремих операцій без врахування їх взаємозв'язку	<i>Функціональний:</i> об'єднання або підпорядкування суміжних операцій	<i>Міжфункціональний</i> інтеграція або часткова взаємозалежність функціональних областей	<i>Міжорганізаційний :</i> встановлення взаємодіючих процесів між різними організаціями
Ефект логістичної інтеграції у ланцюгах поставок			
Підвищення ефективності моніторингу, аналізу та управління поточними логістичними процесами	Ефективне керівництво якістю обслуговування, управлінням людськими ресурсами	Ефективне управління стратегічними метою та завданнями корпорації	Розподіл ризиків, зміцнення стійкості та підвищення конкурентоспроможності постачання

Джерело: складено на основі [2; 4–6].

Рис. 1. Основні рівні логістичної інтеграції та їх вплив на ефективність та функціонування логістичних процесів

Російські війська у зоні конфлікту свідомо знищують цивільну інфраструктуру України, що призвело до значних економічних збитків. Озвучено суму збитків, яка зафіксована та зростає щодня, підкреслюючи необхідність оперативної перебудови логістичної системи. В умовах війни уряд України змушений оперативно перебудовувати логістичну систему. Йдеться про роботу над забезпеченням ланцюгів доставки вантажів та зміну напрямків торговельних потоків внаслідок блокади українських морських портів та втрати залізничної мережі. Гуманітарна допомога та співпраця з Європою є досить в цих умовах суттєвою. Виділяється позитивний внесок європейських партнерів в розв'язання логістичних проблем, зокрема в питанні гуманітарних вантажів. Зазначається, що вже існують бездозвільні проїзди для перевізників та працюють логістичні хаби на території Польщі для ефективного керування перевезеннями. Руйнування інфраструктури внаслідок війни досить суттєво. Особлива увага приділяється втратам в залізничній та автомобільній мережі, а також пошкодженню доріг та мостів. Очікування в цій ситуації таке, що європейські партнери продовжать надавати допомогу в розв'язанні логістичних проблем та беруть участь у відновленні транспортної інфраструктури України. Тому важливо здійснити стратегічний перегляд логістичних підходів та співпраці з європейськими партнерами для ефективного управління ланцюгами постачання та відновлення інфраструктури в умовах військової агресії. Функціонування логістичних ланцюгів визначається інтенсивністю, потужністю, динамікою та структурою матеріальних потоків, що переміщуються. Оцінюючи стан та перспективи логістичних ланцюгів, слід відзначити, що динаміка обсягів експортно-імпорتنних операцій в Україні зазнала суттєвих змін внаслідок подій, що відбулися з початку війни. Обсяг експорту українських товарів зменшився практично вдвічі, зокрема, експорт металів та сільськогосподарської продукції значно скоротився. Наприклад, експорт плоского прокату зменшився майже в 10 разів. Також імпорт зменшився більше ніж утричі, зокрема у сферах газу, нафти та вугілля. Ці зміни є наслідком руйнування металургійних та інших об'єктів, що призвело до зупинки виробництва та змін у структурі імпортованих товарів. Негативна динаміка також охопила постачання пального, і причиною паливної кризи стала зупинка діяльності Кременчуцького нафтопереробного заводу та інших переробних потужностей. Руйнування транспортних інфраструктурних об'єктів, таких як колії, автодороги та мости, суттєво ускладнює ситуацію в галузі логістики та транспорту. У зв'язку з воєнним конфліктом, який триває в Україні, стає важливим перегляд логістичних практик у

Центральній та Східній Європі. Інтенсивна робота ведеться над адаптацією ланцюгів постачань до нових умов, зокрема, забезпеченням доставки вантажів та зміною торговельних напрямків через блокаду українських морських портів та втрату значної частини залізничної інфраструктури. Країни ЄС активно сприяють функціонуванню логістичної інфраструктури, зокрема, забезпечуючи гуманітарні поставки та полегшуючи перевезення через різні зони. Враховуючи виклики, що виникають у зв'язку з війною та пандемією, уряди та компанії формують комплексний підхід до зменшення вразливості ланцюгів постачань. Це включає визначення можливих ризикових сценаріїв, розроблення стратегій реагування на пріоритетні ризики, а також впровадження управління ризиками в регулярні процеси прийняття рішень і планування. Спеціалісти рекомендують чотири етапний процес, який можна адаптувати до потреб кожної компанії для забезпечення стійкості ланцюгів постачань та управління ризиками в умовах непередбачуваних обставин (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи оптимізації логістичних ланцюгів в умовах військового конфлікту

Етап	Зміст етапу	Стратегії: способи оптимізації постачання
1. Визначення та збереження логістичних капіталів	Під час кризи розуміння логістичних потужностей за видами стає вирішальним, оскільки це визначатиме пріоритети і чутливість до часу доставки продукції. Компанії, навіть сподіваючись на покращення продуктивності, повинні передбачити та забронювати логістичні потужності для мінімізації можливого впливу на витрати	Взаємодія з партнерами є ефективною стратегією для отримання пріоритетів та розширення потужностей за вигідних умов. Планування в умовах непередбачуваних обставин, таких як екстрені ситуації, вимагає уваги до статусу транспортування і моніторингу змін у питаннях, таких як затори та закриття кордонів. Гнучкий та швидкий підхід до управління логістикою стає важливим для швидкої адаптації до будь-яких ситуаційних або природних змін.
2. Забезпечення устійливості в перспективі	При виявленні ризиків у ланцюгах постачань необхідно негайно впровадити гнучкість для майбутнього забезпечення. Цей процес розпочинається з встановлення системи оцінювання ризиків у ланцюгах постачань, постійного аналізу впливу ризиків та розроблення стратегій їх визначення та управління	Стандартизація та моніторинг процесів і інструментарію, розроблених під час кризи, повинні бути офіційно задокументовані, і мозковий центр стає постійним для найдальшого контролю над вразливістю та надійністю ланцюга поставок. Згодом тісна співпраця з постачальниками може подібним чином зміцнити всю екосистему поставок для забезпечення більшої гнучкості.
3. Створення прозорості поставок	Розкриття структури багаторівневого ланцюга поставок розпочинається з ідентифікації ключових компонентів, що є критичними для логістичних процесів. Спільно з оперативними та виробничими командами, визначаючи технічні характеристики товарів, можна виокремити ті, які постачаються з ризикованих зон та не мають готових альтернатив.	Визначення ризику: створення індексу ризику для кожного товару, заснованого на унікальності та місцезнаходженні постачальників, допоможе виявити ті компоненти, які найбільше вразливі до ризиків.

Продовження табл. 1

Етап	Зміст етапу	Стратегії: способи оптимізації постачання
4. Аналіз реальності попиту кінцевого користувача	Під час кризи, оцінка реального попиту стає складнішою та критичною для підприємств. Команді планування попиту важливо враховувати сигнали від клієнтів, аналізуючи короткострокові та середньострокові показники. Застосовуючи досвід та аналітичні інструменти, вони повинні знайти надійний сигнал попиту для оптимального планування пропозиції. Внутрішні та зовнішні джерела даних, а також взаємодія зі споживачами, є ключовими елементами у процесі прогнозування попиту.	Стратегія прогнозування попиту на логістичні постачання включає визначення рівня деталізації та часового горизонту для ефективного управління ризиками у виробництві та реалізації продукції. Використання передових інструментів статистичного прогнозу дозволяє створити реалістичний базовий прогноз попиту. Динамічний моніторинг прогнозів сприяє швидкому реагуванню на неточності. Оптимізація обсягів та ритму замовлень, а також введення гнучкості умов контракту покращує результати для постачальників та клієнтів, спрощуючи коливання, що призводить до ефективнішого управління витратами та уникнення відходів. Система сортування, орієнтована на стратегічну важливість, присутність та дохід, сприяє неперервності комерційних відносин.

Джерело: складено на основі [9; 10].

У сучасному бізнес-середовищі, що характеризується невизначеністю, складністю та змінами, вирішення завдань управління на підприємствах вимагає ретельного врахування критеріїв, які визначають ефективність та стійкість логістичних ланцюгів. У даному контексті важливо враховувати критерії оптимізації, які сприяють досягненню стратегічних цілей підприємства. Зокрема, взяття під увагу факторів, що визначають внутрішні та зовнішні умови функціонування підприємства, може бути реалізоване шляхом використання системи ключових показників ефективності (KPI). Одним із важливих аспектів оптимізації є визначення критеріїв, які дозволяють визначити ефективність стратегії управління логістичним ланцюгом в умовах ризиків. Ці критерії включають аспекти, такі як адаптивність та гнучкість ланцюга, результативність і ефективність операцій, а також здатність до подолання викликів при нестабільному зовнішньому середовищі. Крім того, ключовим є врахування вимог стейкхолдерів та надання конкурентних переваг на ринку. Важливим етапом вирішення завдань оптимізації є розробка системи KPI, яка дозволяє оцінювати та контролювати відповідність стратегії управління логістичним ланцюгом поставок поставленій меті. Показники ефективності включають в себе такі аспекти, як потужність ланцюга, визначення вузьких місць, оптимізація часових параметрів, підвищення продуктивності, управління матеріалопотоком та оборотністю. При врахуванні ризиків та змін на ринку, де функціонує логістичний ланцюг, важливо систематично оцінювати інформацію, яка стосується замовлень, динаміки ринкових цін, інтеграції різних рівнів постачання та інших факторів, що впливають на ефективність логістичних операцій. Отже, врахування зазначених критеріїв та їх систематичний моніторинг за допомогою системи KPI є ключовими елементами управління логістичними ланцюгами в умовах нестабільності та невизначеності.

Висновки. Надзвичайна важливість логістичних ланцюгів постачання в умовах сучасного бізнес-середовища зумовлює необхідність ефективного управління та оптимізації цих ланцюгів для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності підприємств. У розглянутій статті обговорюються ключові аспекти управління та оптимізації логістичних ланцюгів, які є критичними для досягнення стратегічних цілей підприємств. Перш за все, зазначається, що в умовах нестабільності, невизначеності та змін потрібно акцентувати увагу на критеріях оптимізації, таких як адаптивність, гнучкість та ефективність. Це дозволяє підприємствам адекватно реагувати на зовнішні виклики та забезпечує їхню здатність адаптуватися до змінних умов ринку. Другим важливим аспектом є визначення системи ключових показників ефективності (КРІ), яка допомагає в оцінці та контролі відповідності стратегії управління логістичним ланцюгом поставок поставленим цілям. Використання КРІ дозволяє систематично оцінювати різні аспекти операцій, такі як потужність ланцюга, часові параметри та продуктивність. Важливим аспектом статті є також врахування ризиків та змін на ринку при управлінні логістичним ланцюгом. Зазначається, що оцінювання інформації про замовлення, динаміки ринкових цін та інших факторів є ключовим для ефективного управління логістичними операціями. Загалом, стаття підкреслює необхідність систематичного впровадження стратегій управління та оптимізації в умовах сучасного бізнес-середовища в кризових умовах, особливо в умовах військового конфлікту. Підприємства, що успішно впроваджують ефективні практики управління логістичними ланцюгами, забезпечують собі конкурентні переваги та стійкість в умовах невизначеності та змін.

References

Література

1. Polianska, A. S., Martynets, V. B., Kaban, O. V. (2022). Optymizatsiia lantsiuha postachannia na pidpriemstvi v umovakh kryzovykh yavysch [Optimization of the supply chain at the enterprise in the conditions of crisis phenomena]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu = Actual problems of the development of the economy of the region*, № 18(2), P. 112–127. DOI: 10.15330/apred.2.18.112-127 [in Ukrainian].
1. Полянська А. С., Мартинець В. Б., Кабан О. В. Оптимізація ланцюга постачання на підприємстві в умовах кризових явищ. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. № 18(2). С. 112–127. DOI: 10.15330/apred.2.18.112-127.
2. Kryvoviazuk, I. V., Kulyk, Yu. M., Volynchuk, Yu. V. (2021). Perspektyvy rozvytku rynku lohistychnykh posluh v umovakh pandemii [Prospects for the development of the logistics services market in the conditions of the pandemic]. *Efektivna ekonomika = Efficient economy*, № 9, DOI: 10.32702/2307-2105-2021.9.87, URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/89.pdf [in Ukrainian].
2. Кривов'язюк І. В., Кулик Ю. М., Волинчук Ю. В. Перспективи розвитку ринку логістичних послуг в умовах пандемії. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.9.87. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/89.pdf.
3. Tsybalytova, O. A., Yudenko, Ye. V., Chernikhova, O. S. (2020). Problematyka ta perspektyvy rozvytku napriamu reversyvnoi lohistyky v Ukraini [Issues and prospects for the development of reverse logistics in Ukraine]. *Ekonomichniy prostir = Economic space*, № 159, P. 124–129, <https://doi.org/10.32782/2224-6282/159-26> [in Ukrainian].
3. Цимбалістова О. А., Юденко Є. В., Черніхова О. С. Проблематика та перспективи розвитку напряду реверсивної логістики в Україні. *Економічний простір*. 2020. № 159. С. 124–129. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/159-26>.

4. Ovcharenko, H. S., Rudkivskiy, O. A. (2011). Upravlinnia lantsiuhamy postachannia pidpriemstva na osnovi systemy SCM [Enterprise supply chain management based on the SCM system]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky = Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, № 3 (1), P. 138–142 [in Ukrainian].
4. Овчаренко Г. С., Рудківський О. А. Управління ланцюгами постачання підприємства на основі системи SCM. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 3 (1). С. 138–142.
5. Hryhorak, M. Yu., Savchenko, L. V. (2011). Kontseptualni osnovy rozvytku reversyvnoi lohistyky v tsyrkuliarnii ekonomitsi [Conceptual foundations of the development of reverse logistics in the circular economy]. *Pryazovskyi ekonomichniy visnyk = Pryazovsky Economic Bulletin*, № 5 (10), P. 78–84 [in Ukrainian].
5. Григорак М. Ю., Савченко Л. В. Концептуальні основи розвитку реверсивної логістики в циркулярній економіці. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 5 (10). С. 78–84.
6. Remzyna, N. (2023). Osoblyvosti upravlinnia lantsiuhamy postachannia v umovakh kryzovykh yavlyshch [Peculiarities of supply chain management in the context of crisis phenomena]. *Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti = Development of transport management and management methods*, № 1 (82), P. 110–124, <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2023-1-110-124> [in Ukrainian].
6. Ремзина Н. Особливості управління ланцюгами постачання в умовах кризових явищ. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2023. № 1 (82). С. 110–124. <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2023-1-110-124>.
7. Pasichnyk, T. O. (2021). Mizhnarodni lantsiuhy postavok v umovakh kovidnoi kryzy [International supply chains in the current crisis]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, № 33 [in Ukrainian].
7. Пасічник Т. О. Міжнародні ланцюги поставок в умовах ковідної кризи. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33.
8. Peshko, M. I., Zaverbnyi, A. S. (2022). Problemy ta perspektyvy zminy lantsiuhiv postavok z metoiu minimizuvannia vtrat pid chas viiny [Challenges and prospects for changing supply chains to minimize wartime losses]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, № 44, URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1769> [in Ukrainian].
8. Пешко М. І., Завербний А. С. Проблеми та перспективи зміни ланцюгів поставок з метою мінімізування втрат під час війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1769>.
9. Vorobei, V., Danyliuk, A., Zhurovska, I. Vidpovidalne upravlinnia lantsiuhamy postachan [Responsible management of supply chains]. *Predstavnytstvo OON v Ukraini. Initsiatyva Hlobalnoho dohovoru v Ukraini*. URL: www.dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/09-Kliukvina.pdf [in Ukrainian].
9. Воробей В., Данилюк А., Журовська І. Відповідальне управління ланцюгами постачань. *Представництво ООН в Україні. Ініціатива Глобального договору в Україні*. URL: www.dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/09-Kliukvina.pdf.
10. Perebudova lohistyky v umovakh ahresii Rosii proty Ukrainy [Reconstruction of logistics in the conditions of Russian aggression against Ukraine]. *Holos Ukrainy*, May 2022. URL: <http://www.golos.com.ua/article/360050> [in Ukrainian].
10. Перебудова логістики в умовах агресії Росії проти України. *Голос України*. Травень 2022. URL: <http://www.golos.com.ua/article/360050>.

ЗАПРОШУЄМО ДО СПІВРОБІТНИЦТВА

Київський національний університет технології та дизайну з 19.04.2021 р. видає періодичне наукове економічне видання «Журнал стратегічних економічних досліджень», яке є правонаступником видання «Вісник Київського національного університету технологій та дизайну», який у свою чергу був правонаступником видання «Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности», який видавався з березня 1958 року у Київському технологічному інституті легкої промисловості (СРСР).

Журнал визнаний ВАК України фаховим з економічних наук. З моменту свого заснування журнал став сполучною ланкою між науковцями і практиками, які працюють у науково-дослідних закладах, вищій школі, економіці, державних установах України і зарубіжжя, між усіма тими, хто переймається проблемами розвитку економіки в ринкових умовах. Активна участь в наукових публікаціях на шпальтах журналу сприяє розвитку фундаментальних та прикладних досліджень з усіх напрямків економічних наук, посиленню впливу економіки на вирішення правових, політичних, соціальних, екологічних та інших проблем розвитку суспільства, входженню України в міжнародні економічні союзи.

Журнал є дуже цікавим для науковців, аспірантів, студентів, фахівців національного господарства, державних службовців.

Рубрики видання «Журнал стратегічних економічних досліджень»:

- **МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ**
- **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**
- **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ**
- **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА**

Періодичність видання – 6 раз на рік. Журнал видається українською, російською, англійською мовами, анотації – українською, російською і англійською мовами. Матеріали, що надходять для публікації в журналі, проходять рецензування з боку членів редакційної колегії, розглядаються та рекомендуються Вченою радою Київського національного університету технології та дизайну до друку.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ: 01011, м. Київ-11, вул. Мала Шияновська, 2,
корп. №1, кім. 1-0347, (044) 256-21-39

Статті приймаються на поштову скриньку: econ-vistnyk@knutd.edu.ua.

Банківські реквізити видання «Журнал стратегічних економічних досліджень» для перерахування оплати за публікацію наукової статті (вартість 1 стор. формату А4 коштує 60 грн):

Одержувач: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ отримувача: 02070890

Банк отримувача: ДКСУ у м. Києві

Код банку отримувача: 820172

Розрахунковий рахунок: **UA038201720313251003202003551**

Призначення платежу: П.І.Б. (автора (-ів) публікації) – Економічні науки.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ЩОДО ПОДАННЯ РУКОПISУ СТАТЕЙ наукового фахового видання

«ЖУРНАЛ СТРАТЕГІЧНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ» (JOURNAL OF STRATEGIC ECONOMIC RESEARCH)

Редакційна колегія видання «Журнал стратегічних економічних досліджень» (далі – Журнал) приймає до розгляду наукові статті авторів за матеріалами досліджень і науково-технічних розробок. Подані статті розглядаються редакційною колегією Журналу і після отримання позитивної рецензії приймаються до публікації.

ПРАВИЛА ПОДАННЯ РУКОПISІВ СТАТЕЙ

Для публікації автори подають в редакцію Журналу:

(ЕТАП 1) Подаються 2 електронних файли рукопису на електронну адресу econvistnyk@knutd.edu.ua:

– один файл – в текстовому редакторі *Microsoft Word for Windows* (версії 97/2000/XP/2003).

Назва файлів: *Прізвище_statja_ukr.docx* та *Прізвище_statja_ukr.pdf*

В темі листа обов'язково вказується: Стаття у «Журнал стратегічних економічних досліджень».

- Другий файл – сканована копія заяви на перевірку на ознаки академічного плагіату.

Після отримання електронного примірника рукопису наукової статті, редакція направляє підтвердження щодо прийняття матеріалів на анонімне рецензування (у разі результату на ознаки академічного плагіату менше 9,99% схожості у Системі «Unicheck»). У разі необхідності редакція направляє автору (-ам) пропозиції врахувати зауваження при підготовці статті та доопрацювати її.

(ЕТАП 2) Остаточо, після доопрацювання, до редакції подаються:

1) 1 узгоджений електронний варіант статті (файл – Word формату). Назва файлу: *Прізвище_statja_ukr.docx*;

2) відомості про автора (-ів) (укр. та англ. мовами): ПІБ, вчений ступінь та звання, місце роботи (навчання), посада, місто, телефон, e-mail.

Назва файлу: *Прізвище_vidom.docx*;

3) угоду про публікацію з автором (-ами) статті про авторські права;

4) оригінал платіжного документа, який засвідчує оплату за публікацію. **ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ПІСЛЯ ВНУТРІШНЬОГО РЕЦЕНЗУВАННЯ ТА ПРИЙНЯТТЯ СТАТТІ ДО ДРУКУ.**

Відсутність зазначеного вище, а, також, відсутність підписів авторів або узгоджуваних віз, невідповідність вимогам засобу комунікації, наявність орфографічних, граматичних та стилістичних помилок, нехтування необхідністю дотримання лексичних, граматичних і стилістичних норм мови перекладу – є підставою для відмови в опублікуванні статті.

Датою надходження рукопису статті в редакцію вважається дата надсилання її **кінцевого варіанту**. Номер журналу, в якому публікуються подані матеріали, визначається редакцією Журналу. До друку приймаються рукописи, які раніше не були опубліковані в друкованих та електронних виданнях. Передрук та інше використання публікацій журналу здійснюється тільки за погодженням з редакцією та обов'язковим посиланням на джерело.

ПОСЛІДОВНІСТЬ СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ СТАТТІ:

УДК: Times New Roman, кегль – 12 pt, без абзацу, міжрядковий інтервал – 1, вирівнювання по лівому краю, прописними літерами;

Український анотаційний блок:

ІМ'Я по-БАТЬКОВІ ПРІЗВИЩЕ автора (-ів): Times New Roman, кегль – 12 pt, без відступу, міжрядковий інтервал – 1, вирівнювання по ширині;

Назва установи (закладу): Times New Roman, кегль – 12 pt, міжрядковий інтервал – 1, без відступу, вирівнювання по ширині;

НАЗВА СТАТТІ: Times New Roman, кегль – 12 pt, міжрядковий інтервал – 1, прописні, напівжирні, без відступу, вирівнювання ширині.

Анотація не менше 1800 знаків: Times New Roman, кегль – 11 pt, курсив, з абзацним відступом – 1,25 см, міжрядковий інтервал – 1, вирівнювання по ширині.

Ключові слова: назва – *напівжирний курсив*, Times New Roman, кегль – 11 pt, міжрядковий інтервал – 1, з абзацним відступом – 1,25 см; перелік ключових слів: 5–6 слів чи словосполучень, Times New Roman, кегль – 11 pt, вирівнювання по ширині.

Порожній рядок.

Основний текст статті: Times New Roman, кегль – 12 pt, міжрядковий інтервал – 1, з абзацним відступом – 1,25 см, вирівнювання по ширині.

Наукова стаття передбачає таку **послідовність** структурних елементів **текстової частини**:

- постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями; аналіз останніх публікацій по проблемі; невирішені частини дослідження, мета дослідження, виклад основних результатів та їх обґрунтування; висновки та перспективи подальших досліджень;

- всі структурні розділи по тексту мають бути виділені жирним шрифтом;

- всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела;

- всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела;

- посилання на підручники та науково-популярну літературу є небажаними;

- посилання на власні публікації є небажаними і допускаються лише в разі нагальної потреби;

- якщо в огляді літератури або далі по тексту Ви посилаєтесь на прізвище вченого – його публікація має бути у загальному списку літератури після статті;

- вторинне цитування не дозволяється! Якщо Ви цитуєте Адама Сміта – то посилання має бути саме на Сміта, а не на автора, який читав Сміта;

- всі нетекстові об'єкти мають бути побудовані із застосування засобів Microsoft Word (Microsoft Excel Chart, Microsoft Equation тощо). При побудові графіків майте на увазі, що журнал є чорно-білим;

- у формулах – лише найрозповсюдженіші символи із стандартного набору;

- таблиці мають бути пронумеровані, кожна повинна мати назву;

- всі рисунки та графіки мають бути пронумеровані та мати назву;

- список джерел – не менше 10 позицій, мовами оригіналу, оформляється згідно з ДСТУ 8302:2015. У тексті рукопису посилання на літературу ставляться в квадратні дужки. Окремо подається References списку літератури, оформленого за вимогами: транслітерація з укр – <http://www.slovnuk.ua/services/translit.php>; транслітерація з рос. – <https://translit.net/>)

Застосування автоматичного перекладу наукового тексту (статті, анотації, тощо) НЕ ДОПУСКАЄТЬСЯ. Переклад (статті, анотації, тощо) має бути належної якості.

Остаточний висновок щодо публікації схвалює редакційна колегія журналу та повідомляє автора (-ів) телефонним дзвінком або повідомленням по електронній пошті.

Редакція лишає за собою право на незначне редагування та скорочення, зберігаючи при тому головні висновки та авторську стилістику. **Статті, оформлені без дотримання зазначених вимог, розглядатися не будуть.**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



Арабулі Світлана Івановна

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри технології та дизайну текстильних матеріалів, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-1049-8255>

Scopus Author ID: 54405479200

E-mail: arabuli.si@knutd.edu.ua



Балюк Юлія Сергіївна

аспірант, кафедра вищої математики і економіко-математичних методів, Харківський національний економічний університет, Україна

<https://orcid.org/0009-0005-1125-6567>

E-mail: ulabaluk@gmail.com



Батченко Людмила Вікторівна

доктор економічних наук, професор, заслужений працівник освіти України, академік Академії економічних наук України, професор кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-6975-5813>

Scopus Author ID: 36175326600

ResearcherID: ISU-9831-2023

E-mail: ludavic@meta.ua



Баула Олексій Віталійович

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Вищий навчальний заклад «Національна академія управління», Київ, Україна

Scopus Author ID: 57914956800

E-mail: shkirka2002@ukr.net



Бунда Ольга Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та бізнес консалтингу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-4416-2469>

Scopus Author ID: 58499958200

E-mail: bundaolga@yahoo.com



Бурко Ярослав Валерійович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-9484-1115>

Scopus Author ID: 57217827848

ResearcherID: IRZ-0930-2023

E-mail: burko@snu.edu.ua



Буяк Лілія Андріївна

аспірант, кафедра економічної кібернетики та інформатики, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

E-mail: buyaklilia96@gmail.com



Гавкалова Наталія Леонідівна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри державного управління, публічного адміністрування та економічної політики, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-1208-9607>

Scopus Author ID: 56328233300

ResearcherID: U-6771-2017

E-mail: ngavl@ukr.net



Галавська Людмила Євгеніївна

доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри технології та дизайну текстильних матеріалів, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-6994-6641>

Scopus Author ID: 57191413261

ResearcherID: O-1750-2018

E-mail: galavska.ly@knutd.edu.ua



Ганущак Руслан Михайлович

аспірант, Національний університет «Чернігівська політехніка», Україна

E-mail: grmb@ukr.net



Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна

доктор економічних наук, професор, проректор з наукової та інноваційної діяльності, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-4458-2984>

Scopus Author ID: 35758920800

Researcher ID: Q-2309-2016

E-mail: glm5@ukr.net



Городянська Лариса Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент, член-кореспондент АЕН України, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

[https:// orcid.org/0000-0002-4482-1690](https://orcid.org/0000-0002-4482-1690)

Scopus Author ID: 56529623300

E-mail: gorodianska.lv@knutd.edu.ua



Десятнюк Оксана Миронівна

доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи (міжнародна діяльність), Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-1384-4240>

Scopus Author ID: 57209803721

ResearcherID: H-5026-2017

E-mail: o.desyatnyuk@wunu.edu.ua



Жигалкевич Жанна Михайлівна

доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна

<https://orcid.org/0000-0002-5847-1302>

Scopus Author ID: 57223936738

E-mail: zhygalkevych@gmail.com



Імнадзе Іраклій Нізович

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-8226-0249>

E-mail: irakliyimnadze@gmail.com



Карпик Ярослав Михайлович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0009-0008-7940-1806>



Крисоватий Андрій Ігорович

доктор економічних наук, професор, ректор, Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-5850-8224>

Scopus Author ID: 57103759700

ResearcherID: AAB-8511-2021

E-mail: rektor@wunu.edu.ua



Крисоватий Ігор Андрійович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-4063-6324>

Scopus Author ID: 57222403493

ResearcherID: G-7094-2017

E-mail: i.krysovaty@wunu.edu.ua



Маргасова Вікторія Геннадіївна

доктор економічних наук, професор, заслужений економіст України, проректор з наукової роботи, Національний університет «Чернігівська політехніка», Україна

<https://orcid.org/0000-0001-8582-2158>

Scopus Author ID: 57202906268

Researcher ID: D-3198-2015

E-mail: viktoriya.margasova@gmail.com



Матюха Микола Миколайович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та бізнес консалтингу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-7968-3777>

Scopus Author ID: 56809300800

ResearcherID: Q-8591-2016

E-mail: 20042004a@gmail.com



Мосумова Айнура Кярам кизи

доктор філософії (PhD), викладач, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

<https://orcid.org/0009-0003-6918-7643>

E-mail: ainura.mosumova@hneu.net



Олешко Анна Анатоліївна

доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-9328-7730>

ResearcherID: O-2781-2018

E-mail: oleshko.aa@knutd.edu.ua



Ольшанська Олександра Володимирівна

доктор економічних наук, професор, декан факультету управління та бізнес-дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-1535-7742>

Scopus Author ID: 56669957300

Researcher ID: N-1996-2018

E-mail: alexolsh8@gmail.com



Птащенко Олена Валеріївна

доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, Україна

<http://orcid.org/0000-0002-2413-7648>

Scopus Author ID: 57215814236

ResearcherID: ABF-3947-2020

E-mail: helenaValeriya@gmail.com



Пузирьова Поліна Володимирівна

доктор економічних наук, доцент, кафедра смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<http://orcid.org/0000-0003-0839-8730>

Scopus Author ID: 36070051700

Researcher ID: AAE-9967-2019

E-mail: puzyrova@ukr.net



Пурей Євген Юрійович

аспірант, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

<https://orcid.org/0009-0004-9364-0089>

E-mail: purei.e@ukr.net



Романовська Валерія Валеріївна

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна

E-mail: valvalet20@gmail.com



Семененко Інна Максимівна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки і підприємництва, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-9310-0515>

Scopus Author ID: 56246328800

ResearcherID: H-4045-2018

E-mail: semenenko@snu.edu.ua



Семенюк Лариса Леонтіївна

доцент, кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<http://orcid.org/0000-0001-8681-0060>

E-mail: semenyuk_larisa@ukr.net



Семенюк Олег Анатолійович

професор, доктор філологічних наук, професор кафедри міжнародної журналістики, Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-1496-464X>

Scopus Author ID: 57211910915

E-mail: semenyuk_oleg@ukr.net



Серебряк Ксенія Ігорівна

доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і підприємництва, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-7025-2399>

Scopus Author ID: 57376131700

ResearcherID: H-3806-2018

E-mail: serebriak@snu.edu.ua



Терещенко Світлана Іванівна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва, Сумський національний аграрний університет, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-8852-1091>

Scopus ID: 57498368600

E-mail: s.i.terechenko@gmail.com



Титикало Володимир Сергійович

доктор економічних наук, доцент, проректор з економічних питань, Національний медичний університет ім. О.О. Богомольца, м. Київ, Україна

E-mail: kancnmu@gmail.com



Фастовець Наталія Валеріївна

кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри приватного та публічного права, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<http://orcid.org/0000-0001-8619-8975>

Scopus Author ID: 57210293051

Researcher ID: Q-4516-2016

E-mail: kulak.nv@knuud.edu.ua



Шевченко Олег Олександрович

кандидат економічних наук, доцент, кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-0431-7307>

Scopus Author ID: 57200147511

E-mail: oshevchenko1@gmail.com



Штулер Ірина Юріївна

доктор економічних наук, професор, перший проректор, Вищий навчальний заклад «Національна академія управління», Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-0852-8526>

Scopus Author ID: 56074657000

E-mail: shkirka2002@ukr.net

ЖУРНАЛ
стратегічних економічних досліджень

Комп'ютерний набір та макетування

КРИВОНОС Олена

Технічний редактор

ГАНУЩАК-ЄФІМЕНКО Людмила

Відповідальний за поліграфічне виконання

ОВЕЧКІНА Лілія

Підп. до друку 22.11.2023. Формат 60×84 1/8.
Ум. друк. арк. 26,02. Облік. вид. арк. 20,38. Наклад 100 пр. Зам. ____.

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну.
вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, 01011, Україна.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія KB № 24821-14761 ПР від 19.04.2021.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.

JOURNAL
of strategic economic research

Computer Typesetting & Modeling

Kryvonos Olena

Technical Editor

Hanushchak-Yefimenko Liudmyla

Responsible for printing

Ovechkina Liliia

Printing proof 22.11.2023. Format 60×84 1/8.
Conditional sheet 26.02. Calculated sheet 20.38. Circulation 100 copies. Order N ____.

KNUTD Instant Printing Department.
Mala Shyianovska Street, 2, Kyiv, 01011, Ukraine.

Certificate KB № 24821-14761 ПР, 19.04.2021.

Certificate ДК № 993, 24.07.2002.